

Univerzita Karlova v Praze
Přírodovědecká fakulta

Biologie

Biologie se zaměřením na vzdělávání - Geografie
se zaměřením na vzdělávání



Veronika Kusková

Temný cestovní ruch a možnosti jeho propojení s
filmovým turismem
Dark tourism and linkage options to film tourism

Bakalářská práce

RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Praha, 2017

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Temný turismus a jeho propojení s filmovým cestovním ruchem zpracoval samostatně a s použitím uvedené literatury. Tato práce ani její podstatná část nebyla předložena k získání jiného nebo stejného akademického titulu.

V Praze dne 28. 2. 2017

Podpis:

Poděkování

Děkuji RNDr. Jiřímu Vágnerovi, Ph.D. za pomoc při vedení bakalářské práce. Také bych chtěla poděkovat RNDr. Daně Fialové, Ph.D. za inspiraci a zásobování zajímavými zdroji. Dále bych tímto rád poděkovala všem účastníkům dotazníkového šetření.

Anotace

Cílem bakalářské práce „Temný cestovní ruch a možnosti jeho propojení s filmovým turismem“ je představení temného a filmového cestovního ruchu jako relativně nových forem turismu. Teoretická část práce je zaměřena na vysvětlení pojmů temný a filmový cestovní ruch a typologii těchto forem cestovního ruchu. Dále je uvedeno několik příkladů cestovních kancelářů zabývajících se těmito formami turismu. Nakonec jsou v práci vypsána nejvýznamnější místa temného cestovního ruchu a to jak z ČR, tak i ze světa. V praktické části jsou pak tyto poznatky aplikovány na příklady z České republiky a její vybrané destinace, kde došlo k propojení filmového a temného cestovního ruchu. Součástí praktické části je SWOT analýza vybraných destinací a dotazníkové šetření a vyhodnocení výsledků a následného doporučení vyplývajících ze získaných dat. Práce má za cíl představit téma temného a filmového cestovního ruchu v oblasti teorie a prozkoumat, do jaké míry natáčení filmu na určité destinaci ovlivňuje návštěvnost daného místa.

Annotation

The goal of this bachelor thesis „Dark tourism and linkage options to film tourism“ is to introduce dark and film tourism as a relatively new form of tourism. The theoretical part of the thesis is focused on explaining the concepts of dark and film tourism, the typology of these forms of tourism. There are some examples of travel agencies, whom are dealing with these forms of tourism. Finally, the most important places of dark tourism are mentioned in the thesis, both from the Czech Republic and from the world. In the practical part, these findings are applied to the example of the Czech Republic and the selected destinations, where the film and dark tourism was interconnected. Practical part is including SWOT analysis of selected destinations and questionnaire survey and evaluation of results and subsequent recommendation resulting from acquired data. The aim of the work is to introduce the theme of dark and film tourism in the field of theory and to explore the extent to which shooting a film on a particular destination affects the attendance of a given place.

Slovníček použitých termínů a zkratek

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

AIEST - Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme

CR – cestovní ruch

MFF KV – Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary

USD – americký dolar

Genius Loci – duch místa

Obsah

1.	Úvod	1
2.	Cestovní ruch.....	2
3.	Vývoj cestovního ruchu	3
4.	Formy a druhy cestovního ruchu	6
4.1.	Formy cestovního ruchu podle J. Zelenky a M. Páskové	6
4.2	Specifické formy cestovního ruchu podle J. Zelenky a M. Páskové.....	7
4.3	Druhy cestovního ruchu podle V. Touška, J. Kuncce, J. Vystoupila a kol.	8
4.4	Motivace v cestovním ruchu.....	9
5.	Filmový cestovní ruch.....	10
5.1	FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH	10
5.2	Typologie filmového cestovního ruchu podle Connella; 2012	12
6.	Dark tourism.....	16
7.	Typologie temného turismu	19
8.	Motivace turistů navštěvovat místa spojená s dark turismem.....	22
9.	CK zabývající se dark turismem a filmovým cestovním ruchem	24
10.	Nejnavštěvovanější místa dark turismu v ČR a ve světě	26
10.1	Nejnavštěvovanější světové lokality dle Darktourism.com	26
10.2	Nejnavštěvovanější tuzemské lokality	29
11.	Marketingová situační analýza.....	33
11.1	Marketingový mix „4P“	34
11.2	Marketingový mix pro cestovní ruch „8p+ICT“	34
12.	Pravoslavný chrám svatého Cyrila a Metoděje	37
12.1	Operace Anthropoid	37
12.2	Filmový snímek Anthropoid	37
12.3	Pravoslavný chrám svatého Cyrila a Metoděje (Praha)	38

12.4	8P+ict	38
12.5	SWOT analýza	41
13.	Památník Terežín.....	43
13.1	8p + ict.....	44
13.2	SWOT ANALÝZA.....	48
13.3	Shrnutí výsledků výzkumu	49
13.3.1	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	49
14.	Závěry a doporučení.....	51

Metodika

Sekundární výzkum se skládá z obsahové analýzy dokumentů produktu CR (Pravoslavný chrám sv. Cyrila a Metoděje, koncentrační tábor Terezín), obsahové analýzy prezentace dokumentů, komparativní analýzy a porovnání se světovými trendy. Primární kvantitativní výzkum je proveden formou dotazníkového šetření vedeného s návštěvníky destinace. Primární kvalitativní výzkum má formu přímého pozorování, a komunikace s managementem. Praktická, výzkumná část této práce se opírá o analýzu a následné zhodnocení dopadů filmového zpracování na turistický potenciál destinace. Samotná analýza je rozdělená do řady kroků a logických úseků, ústících ze syntézy poznatků z uvedené literatury. Jsou jimi:

- Analýza marketingové strategie a porovnání se světovými trendy.
- Marketingová situační analýza - shromažďování a analýza vstupů, informací, které se týkají problematiky ovlivňující vnitřní a vnější prostředí firmy, kde řada prvků situační analýzy je popsána v bodech následujících.
- Analýza marketingového mixu specifického pro moderní marketing cestovního ruchu „8P+ICT.“
- S.W.O.T. analýza, analýza silných a slabých stránek a identifikace příležitostí a hrozeb podniku.
- Syntéza poznatků analýzy.
- Syntéza filmového a dark turismu ve vybrané destinaci.
- Posouzení vzájemného působení a dopadů.
- Závěry a doporučení vyvozené z výzkumu.

Metodika tvorby dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření bylo provedeno v období od 3. 7. 2016 až 2. 3. 2017 a to při příležitosti návštěvy zmíněných lokalit. V každé této lokalitě se jednalo o 50 dotazovaných, a to bez cílené věkové a genderové segmentace. Dotazník byl vytvořen za účelem nalezení odpovědi na výzkumné otázky. Tento dotazník je směřován na návštěvníky těchto lokalit, kteří zároveň viděli alespoň část zmíněných filmových počinů. Otázky jsou rozděleny na dva logické úseky, každý podle dedikované výzkumné otázky, na kterou se snaží odpovědět.

První výzkumná otázka.

Jedním z cílů dotazníkového šetření je odpovědět na otázku, jak na účastníky působí spojení filmu s vlastní percepcí dané lokality.

Druhá výzkumná otázka.

Tato otázka má za účel odpovědět na to, jestli mělo filmové zpracování vliv na motivaci turistů pro návštěvu dané lokality.

I. Teoretická část

1. Úvod

Tématem této bakalářské práce je spojení dvou poměrně nových a specifických forem cestovního ruchu a to dark turismu, neboli temného cestování, což je forma cestovního ruchu zaměřená na místa spjatá s nějakou tragédií nebo smrtí, a filmového cestovního ruchu, který se zabývá možnostmi cestování spojenými s filmovým průmyslem, ať už to je cestování na natáčecí lokality nebo návštěva filmových festivalů. Vzhledem k mému zájmu o hororové filmy bylo nasnadě prozkoumat, do jaké míry lze tyto dvě formy propojit.

Ačkoli se nejedná o zcela nové typy, lze je považovat spíše za současný fenomén, protože do nedávné minulosti nebyly nijak specifikovány ani pojmenovány. Vzhledem k tomu, že dark turismus úzce souvisí s pojmy jako je smrt, násilí nebo genocida může na lidi působit kontroverzním, mnohdy i nepříjemným dojmem, nicméně fascinace smrtí provází lidstvo už od nepaměti. Dnešní turisté mají potřebu vyhledávat něco nového a netradičního, takže není překvapením, že se tato mezera na trhu zaplňuje.

Filmový průmysl je rovněž velmi rozsáhlé odvětví, které se v posledních desítkách let velice rozvíjelo a zaznamenalo mnoho změn. Už od konce 19. století začaly vznikat první krátká filmová díla a první hororové filmy na sebe nenechaly dlouho čekat. Mnoho strašidelných příběhů se vyskytuje už ve starých zaznamenaných příbězích. Vyprávění o démonech a upírech lze nalézt už ve starých mýtech a legendách, jejichž stěžejní části později nalezneme i v hororech. Stejně tak lidové pohádky, které sepsali bratři Grimmové, jsou základem pro moderní hororové filmy neustále.

Lze tedy říci, že filmový cestovní ruch a dark turismus jsou velkými a významnými oblastmi jak z pohledu ekonomického, tak z pohledu masového zájmu široké veřejnosti. Zmíněné dvě oblasti figurují i v odborné literatuře jako samostatné a zdánlivě oddělené oblasti, ale podle mého názoru jsou naopak velmi dobře propojitelné. Tento potenciál tzv. **temného filmového cestovního ruchu** ale určitě není plně využit a myslím, že teprve postupem času se ukáže, že se obě formy navzájem doplňují a že ze sebe mohou navzájem těžit.

2. Cestovní ruch

Při definici pojmu "cestovní ruch" je třeba respektovat několik aspektů, protože pojem cestovní ruch je velmi nehomogenní a z toho důvodu je to předmět zájmu mnoha odvětví. Je součástí sociálně-geografického oboru, historicko-kulturní i politicko-ekonomické oblasti. V literatuře je uvedeno několik odlišných definic, z nichž nejznámější je od Světové cestovní organizace UNWTO (2017), která vymezuje cestovní ruch jako souhrn činností osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí a pobývajících v těchto místech po dobu delší než jeden rok za účelem trávení volného času, podnikání nebo jiným způsobem.

Podle ČESKÉHO STATISTICKÉHO ÚŘADU (2017) je cestovní ruch mezinárodně definován jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.

Podobně ho definuje i ZELENKA (2002) jako aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech za účelem trávení volného času, podnikání či jiným účelem.

Cestovní ruch podle Aiest je definován jako souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání.

3. Vývoj cestovního ruchu

Doprava, ubytovací a stravovací provozy, služby cestovních kanceláří, lázeňské služby, kongresové služby, služby venkovského cestovního ruchu, volného času a animace v cestovním ruchu, směnárenské, pojištění, služby pásových a celních orgánů, zdravotní opatření v zahraničním cestovním ruchu, uplatnění informatiky při poskytování služeb CR. Toto všechno jsou všemožné součásti velkého odvětví cestovního ruchu. Bez základních služeb by bylo velmi obtížné realizovat cestovní ruch. Nejdůležitějšími jsou bezesporu - doprava, ubytovací a stravovací provozy, které úzce souvisí s cestováním již od vzdálené minulosti. ORIEŠKA (1999)

Již od počátku cestovního ruchu, tedy už od starověku se lidé začali věnovat obchodním cestám, diplomatickým, studijním a vojenským jednáním, podnikali náboženské poutě či je k cestě donutila existenciální nutnost. Nelze dohlédnout, kam až sahaly důsledky setkávání různých kultur, náboženství, řečí, které probíhalo díky intenzivnímu cestování milionů lidí nejen v Evropě, což vytvořilo společné rysy, které tvoří základ naší civilizace. Dřívější cestování nebylo snadné. „Turisté“ byli vystaveni přírodním živlům, ohrožovali je nemoci, bouře, sucho, teplo, mráz, moře či nedostatek potravy. Jejich cesty mnohdy trvaly měsíce nebo i roky, bylo nutné pohybovat se po lesích, bažinách, kde je ohrožovali jiní lidé nebo zvířata. Většina lidí cestovala pěšky nebo na koni či s povozy, u kterých ale často hrozilo poškození v nerovném terénu a opravy nebyly snadné. Proto je logické, že už tito lidé, kteří cestovali, hledali místa, kde by se mohli najíst, vyspat a odpočinout si před další cestou. Až do pozdního středověku „turisté“ vyhledávali nocleh a stravu v klášterech nebo v zájezdních hostincích.

První záznamy o cestujících a snaze uspokojit jejich potřeby pochází už z období kolem roku 2000 před naším letopočtem, kdy se ve starověké Mezopotámii rozvíjel městský stát.

Záznamy o úplně prvním typu zařízení na bázi hotelu lze nalézt na hliněné destičce psané klínovým písmem, kde je napsáno nařízení krále Šulgiho (1800 př. n. l.) HOLUB (2004) *„ustanovil jsem stanice na zastávkách, přivedl do nich pohostinné lidi. Kdo přijde seshora, a kdo přijde zdola, najde tam občerstvení a chládek: poutník, jenž jde nočními cestami, najde v nich úkryt jako v opravdovém domě.“*

První cestovní kanceláře společnosti Thomas Cook, která zahájila první fázi cestovního ruchu jako nového ekonomického sektoru. Následovala ji společnost kanceláře American Express v USA, a to v roce 1850. V této prvotní fázi byl vytvořen první zájezdový katalog, tištěný knižní průvodce BAEDEKER, hotelový voucher, směnárna, došlo k vytvoření kontinentálních jízdních řádů a začaly se ve velkém rozmáhat průvodcovské služby. VÁGNER (2011)

Rozvoj moderního cestovního ruchu a rekreace má své počátky již v 19. století. Tento vývoj byl obecně podmíněn růstem podílu volného času, rozvojem procesů urbanizace a industrializace a velkým rozvojem železniční dopravy. V České republice je zlomový rok 1888, kdy došlo k založení Klubu českých turistů. "

Důvodů pro založení bylo mnoho - od rozvoje národní myšlenky a snahy o posílení cestovního ruchu i za hranicemi nebo potřeba organizovat základní turistické aktivity – pořádání výletů, přednášek ze zahraničí, snaha vzbudit vyšší zájem o cestování atd. Za dob Rakouska-Uherska byl Klub a veškerá jeho činnost z politických důvodů silně omezena.

Další významnější rozvoj cestovního ruchu se uskutečnil po vzniku samostatného Československa, který zvýšil chuť obyvatel po objevování a cestování. Klub československých turistů opět zintenzivnil svoji činnost a v letech 1918-1938 realizoval řadu aktivit podporujících rozvoj cestovního ruchu (vytváření turistických značek, propagace, památková péče, informační tabule) a budování rekreačních zařízení.

Toto období bylo přerušeno druhou světovou válkou a v únoru 1948 změnou politického režimu. Došlo k výraznému omezení cestování do zahraničí, většinou se povolení k cestě udělovalo jen do socialistických zemí. Dalším negativním důsledkem byly znárodňovací dekrety pro soukromý sektor cestovního ruchu a postupné znárodňování majetku. Klub československých turistů byl zrušen a velmi často docházelo k devastaci turisticky atraktivních oblastí.

Významné strukturální změny ve vývoji nastaly v roce 1989. Postupně došlo k navrácení znárodněných zařízení turistické infrastruktury (ubytovacích, stravovacích i restauračních) do rukou původních vlastníků - fyzických osob. Poté následovala velká privatizace, kde se do rukou původních majitelů vrátily větší zařízení a pomocné infrastruktura (hotely, lázně, cestovní kanceláře). Následovalo otevření hranic, které umožnilo další zásadní změny v geopolitické orientaci jak v pasivní, tak v aktivní turistice. Později byla obnovena i činnost turistických asociací, spolků, atd.

4. Formy a druhy cestovního ruchu

Ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu definují ZELENKA, PÁSKOVÁ (2002) formu cestovního ruchu jako typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka. Základními motivacemi cestovního ruchu jsou odpočinek, poznávání prostředí a kontakty s lidmi. Odtud vycházejí základní formy cestovního ruchu.

4.1. Formy cestovního ruchu podle J. Zelenky a M. Páskové

- rekreační – pobytový, lázeňský, lovecký
- poznávací
 - kulturně-poznávací, 33 přírodně poznávací, historicko-poznávací
 - kulturní dědictví, historická města, kulturně-historické památky včetně technických a církevních, muzea, divadla atd.,
- socio-profesní – obchodní, kongresový, incentivní
- společenský – krajanský, etnický cestovní ruch
- přírodní cestovní ruch
 - členěný na letní rekreaci u vody, zimní a letní rekreaci, cestovní ruch v horách, venkovský a vinařský cestovní ruch
- sportovní cestovní ruch
 - zahrnuje aktivní dovolenou a všechny formy nejrozšířenějších sportů (např. turistika, cykloturistika, hipoturistika, zimní a vodní sporty, lov, golf)
- lázeňský cestovní
- zdravotní pobyty v lázních, wellness, zdravotní cestovní ruch atd.
- kongresový a incentivní cestovní ruch – zahrnující i obchodní cestovní ruch

4.2 Specifické formy cestovního ruchu podle J. Zelenky a M. Páskové

- akční cestovní ruch – olympijské hry, motocyklové závody, automobilové závody, Formule 1, letecké dny, koncerty, návštěvy významných osobností
- dobrodružný cestovní ruch – např. zájezdy a pobyty s prvky extrémních a adrenalinových sportů, safari v Africe
- dobrovolnický cestovní ruch – účastníci jsou motivováni bezplatnou pomocí (za ubytování, poskytnutí stravy) v různých odvětvích po celém světě
- gurmánský cestovní ruch – návštěvy neobvyklých restaurací, pivní slavnosti, rybářské lodní výlety, exkurze do výroben potravin
- náboženský cestovní ruch – pout' do Mekky, Santiaga de Compostela, v České republice Svatojánská cesta
- prožitkový nákupní cestovní ruch – nákup zboží nespotřebního charakteru
- tematický cestovní ruch – zájezdy na archeologická naleziště, pozorování ptactva
- zážitkový cestovní ruch - adrenalinový, meditační, sportovní, virtuální cestovní ruch
- filmový cestovní ruch – návštěvníci cestují do míst, kde se natáčí nebo natáčely filmy a televizní seriály, kde se odehrával děj filmu či seriálu nebo na místo spojené s určitou filmovou nebo seriálovou postavou
- dark tourism – návštěvníci cestují do míst, kde se udála nějaká tragédie či neštěstí

Za druh cestovního ruchu je považován typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem „jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky“. Toto obecné kritérium se dále dělí podle objektivních faktorů – prostorové, časové, sociální a demografické, vlivů cestovního ruchu. TOUŠEK, KUNC, VYSTOUPIL (2008)

4.3 Druhy cestovního ruchu podle V. Touška, J. Kunce, J.

Vystoupila a kol.

- místa realizace
 - domácí cestovní ruch
 - zahraniční cestovní ruch
- délky pobytu
 - krátkodobý cestovní ruch – nejvýše tři přenocování mimo trvalé bydliště
 - dlouhodobý cestovní ruch – více než tři přenocování mimo trvalé bydliště
- způsobu a organizace zabezpečení služeb
 - organizovaný cestovní ruch – ve zprostředkování služeb cestovního ruchu figuruje třetí strana – zprostředkovatel
 - neorganizovaný cestovní ruch
- počtu účastníků
 - individuální cestovní ruch
 - skupinový (hromadný) cestovní ruch
- způsobu účasti a formy úhrady nákladů
 - volný (komerční) cestovní ruch – všechny náklady si účastník hradí sám a svobodně se rozhoduje o místě, termínu, atd.
 - vázaný (sociální) cestovní ruch – všechny náklady nebo jejich část jsou hrazeny ze společenských fondů (např. některé lázeňské pobyty, podniková rekreace)

4.4 Motivace v cestovním ruchu

Motivaci v cestovním ruchu tvoří kombinace vnitřních i vnějších podnětů vedoucích k realizaci cestování u každého účastníka cestovního ruchu (Pásková, Zelenka; 2002). Účasti na cestovním ruchu předchází pocit uvědomění si potřeb a přání, které určují motivaci návštěvníka. Motivace zahrnuje tlakové faktory (push factors), mezi které se řadí např. únik ze všedního života nebo odpočinek a tahové faktory (pull factors), které se vztahují k destinaci a jejím atraktivitám. ČERTÍK, FIŠEROVÁ (2009)

5. Filmový cestovní ruch

5.1 FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch dnes funguje jinak než před několika lety, kdy turisté brali každou nabídku a destinace se méně zajímaly o to, zda budou mít dostatek návštěvníků. Turisté jsou dnes mnohem vybíravější a mají nepřeberné možnosti ve výběru své cílové destinace. Pro destinace se tudíž stává prioritou přilákat co nejvíce potenciálních turistů. ASHWORTH, GOODALL (1990)

Filmová turistika se v posledních letech stává stále více populárnější, návštěvníci cestují na místa, kde se filmy, seriály nebo televizní pořady právě natáčejí nebo byly v minulosti k natáčení využity. Účastníci této specifické formy cestovního ruchu navštěvují místa, kde se odehrával příběh filmu nebo seriálu nebo do míst spojených se známým filmem nebo se seriálovou či filmovou postavou. Filmové cestování může probíhat různě. Někteří návštěvníci mohou mít návštěvu slavného místa jako jediný cíl své cesty, pro jiné je to součást organizované prohlídky pořádaného zájezdu a další část fanoušků filmu a seriálu příznivci chtějí vidět jen místo konání známé scény ze svého oblíbeného filmu nebo seriálu. ROESCH (2009) Do filmového cestovního ruchu spadá mnohem více věcí, zaměřuje se na návštěvy míst, kde byly natočeny filmy a televizní pořady, a také na filmové zájezdy, včetně filmových zábavních parků. Je zajímavé, že turistickou aktivitou spojenou s filmovým průmyslem jsou i návštěvy filmových studií. BEETON (2005)

Stále více turistů míří na místa, která jsou známá z úspěšných a známých filmů a televizních seriálů. Například hrad Alnwick v severním Anglii, kde došlo k vytvoření kulis pro filmy o Harrym Potterovi, se stal jednou z nejnavštěvovanějších turistických destinací ve Velké Británii – počet návštěvníků se od roku 2002 zdvojnásobil a tržby z turistického ruchu rapidně vzrostly. Došlo i k vytváření speciálních map, kde byla označena místa spojená s dobře známými filmy (například Harry Potter, James Bond, Notting Hill nebo Bridget Jones). RAABOVÁ (2010)

Filmová turistika je definována jako turistická návštěva destinace založená na televizi, videu nebo kině HUDSON, RITCHIE (2006). Termín filmový cestovní ruch

zahrnuje také účast na předávání filmových cen, festivalů nebo návštěvu filmového festivalu. CONNELL (2012)

Česká republika je ve světě považována za vysoce kvalitní a vyhledávanou filmovou destinaci díky své dlouhé tradici filmového průmyslu, dobré organizaci českých produkčních týmů a jedinečnosti a rozmanitosti lokalit. Filmová studia jako Barrandov Studio nebo Prague Studios poskytují profesionální a příjemné zázemí. Z těchto a mnoha dalších důvodů je Česká republika oblíbeným místem pro zahraniční filmovou tvorbu.

K nejvyhledávanějším natáčecím lokalitám patří hlavní město Praha. Kromě ní, se často ve filmech objevují, Karlovy Vary nebo Kutnou Horu.

V devadesátých letech minulého století došlo v České republice k natočení několika velkých zahraničních filmů, neboť filmaři z jiných zemí měli po změně režimu volný přístup do všemožných lokalit včetně ČR. V roce 1996 byl natočen akční film Mission: Impossible, v němž hrál jeden z nejznámějších herců, Tom Cruise. Kromě tohoto úspěchu zde proběhlo natáčení Bídníků nebo Stalingradu a to koncem 20. století. Mezi další známé snímky natáčené v Česku patří Obchodník se smrtí, Eurotrip, Underworld, Hellboy, Van Helsing, Hannibal nebo bondovka Casino Royale. FILMSERVER PORTAL (2011)

Přestože bylo v České republice natočeno velké množství zahraničních filmů, v roce 2005 vznikl problém. V okolních zemích došlo k zavedení filmové pobídky, které fungovaly jako státní dotace pro filmaře. Vzhledem k tomu, že Česká republika nereagovala zavedením stejného opatření, došla do situace, kdy namísto 8 miliard korun, které zde zahraniční produkce utratila v roce 2005, byla v roce 2010 utracena méně než jedna miliarda. V roce 2011 stát tyto pobídky zavedl a množství peněz vynaložených zahraničními tvůrci dosáhlo zhruba miliardy a půl. Tato částka není vyšší vzhledem k tomu, že tři sta milionů dolarů, který je nabízena filmovým tvůrcům většinou nestačí.

Pro Českou republiku byla vytvořena online databáze filmových míst a to www.filmovamista.cz, kde lze v interaktivní mapě najít místa, která se objevila ve filmových scénách různých, převážně českých filmů. Natáčecích lokalit je v České republice velmi mnoho, ale nejvíce bychom jich určitě našli v Praze.

5.2 Typologie filmového cestovního ruchu podle Connella; 2012

- Prohlídky filmových studií

Mnoho návštěvníků využívá dny otevřených dveří, kde si mohou prohlédnout ateliéry, kostýmy, kulisy, ve kterých probíhalo natáčení daného seriálu či filmu. Některá studia nabízejí i možnost komentované prohlídky. KOTÍKOVÁ (2013)

V České republice – **Studio Barrandov** – jedno z největších filmových studií v Evropě. Služby ateliéru jsou využívány i zahraničními filmaři z USA, Francie, Německa, Velké Británie. Za nejvýznamnější filmy zde natáčené jsou považovány Ostře sledované vlaky (1966), Obchod na Korze (1965), Hoří, má panenko (1967), Kolja, Van Helsing, Casino Royale, Hostel 2 a další.

Mezi další významná filmová studia patří Warner Bros v Londýně, 20th Century Fox, Paramount Pictures a Walt Disney Pictures v Los Angeles nebo Blumhouse production zaměřující se převážně na horory s nižším rozpočtem.

- Návštěva atrakcí s filmovou tematikou
 - Film Industrial Park v Číně, Eurodisneyland Paris
- Sledování průběhu natáčení filmu
 - informace o právě probíhajícím natáčení lze nalézt na internetové stránce www.onlocationvacations.com – informace z natáčení probíhající hlavně v USA
- Návštěva lokality propagované ve spojení s filmem
 - dochází ke zvýšení návštěvnosti díky filmové produkci, i když v dané lokalitě natáčení vůbec neprobíhalo
- Organizované exkurze lokalit zobrazených ve filmu

Jako příklad organizované exkurze filmových destinací může být uveden Nový Zéland (především Hobitín), který je spojen s knihami a filmy Pána prstenů a Hobitem KOTÍKOVÁ (2013) V srpnu 2012 zahájila agentura Tourist New Zeland s filmem Hobit marketingový záměr s mottem "100% Middle Earth, 100% ryzí Nový Zéland", jehož cílem bylo ukázat, že nadpřirozený svět Středozeem skutečně existuje, a to na Novém Zélandu. Pomoci jí v tom měly zejména speciální efekty. Skutečnosti, že se zde natáčel tento známý film, využila společnost Air New Zealand a natočila

video s bezpečnostními pokyny během letu, ve kterém účinkuje jak posádka, tak fanoušci filmu *Hobit*, pravých Tolkienovi pravnuci, režisér Petra Jacksona i představitel Bilba Pytlíka.

Podobné video vytvořila i čínská letecká společnost Finnair, kde má roli jako policejní důstojník světoznámý akční herec Jackie Chan. KOTÍKOVÁ (2013) Organizované prohlídky mohou zahrnovat návštěvy filmových studií. Například cestovní kancelář CK2, která nabízí výlet do Londýna do filmových studií Warner Bros. Součástí zájezdu je návštěva ateliérů, prohlídka nejslavnějších londýnských památek, sněmovny Parlamentu, Big Ben, Westminsterské opatství nebo nákupy ve známých butikách, konkrétně na Oxford Street, Covent Garden či v obchodě s hračkami Hamleyho, Lilliput (Lilliput). Turisté mohou navštívit také Národní galerii, Britské muzeum nebo Madame Tussaud, kde mohou vidět voskové postavy osobností a filmových charakterů. Náklady na cestu jsou cca 2 990 Kč a v ceně je autobus, trajekt z Francie do Anglie přes kanál La Manche, pojištění CK a průvodce, ale v ceně není vstupné do studia ani do jiných objektů.

Organizované zájezdy mohou zahrnovat i návštěvy zábavních parků v evropském parku Eurodisneyland v Paříži. Toto poznávací zájezd organizuje CK Invia, a. s., trvá 4 dny a vedle návštěvy Disneylandu obsahuje návštěvu parku Asterix, prohlídku vybraných pařížských památek nebo návštěvu Eiffelovy věže. Cena je cca 5.500 Kč a zahrnuje autobusovou dopravu, vstup do Disneylandu včetně všech atrakcí, vstup do Asterix parku, nocleh v hotelu, snídaně a průvodcovské služby.

- Pozorování filmových celebrit

Sledování filmu a TV celebrit je často spojeno s návštěvou místa, kde se natáčelo. Fanoušci mají příležitost získat fotografii či video se svými oblíbenými herci a následně je sdílet přes sociální sítě jako je Facebook nebo Twitter. Díky tomu představuje největší lákadlo Hollywood, kde už od roku 1935 organizuje společnost Starline Tours speciální prohlídky autobusem, při kterých turisté projíždějí kolem domů filmových a televizních hvězd v Los Angeles. KOTÍKOVÁ 2013 Starline Tours se tak stala jednou z nejstarších a nejznámějších společností nabízejících prohlídky města Los Angeles.

- Filmové festivaly

Součástí filmového cestovního ruchu jsou také filmové festivaly. K těm nejznámějším zahraničním patří Filmový festival v Cannes, v Benátkách, Berlinale v Berlíně, u nás se každoročně koná filmový festival v Karlových Varech. Za zmínku stojí také Letní filmová škola v Uherském Hradišti, jejíž téma se každoročně mění.

Festival v Cannes byl založen v roce 1946 a letos se konal již 70. ročník. Jeho cílem bylo, už od založení, zlepšit kvalitu práce, pomoci vývoji kinematografie, podporovat rozvoj filmového průmyslu ve světě a obecně oslavovat umění na mezinárodní úrovni. Soutěží se v několika kategoriích, například Nejlepší herec/herečka/režie/scénář či Zlatá palma za nejlepší krátký film nebo nejlepší filmový debut a další. Počet návštěvníků letošního roku ještě není zveřejněn, nejnovější údaje jsou z roku 2015, kdy se festivalu zúčastnilo přes 32 000 návštěvníků z celého světa a přes 11 000 novinářů, filmařů, producentů a dalších. V loňském a letošním roce byla účast zřejmě o něco nižší, podle odborníků hlavně z důvodu obav, že by se festival mohl stát cílem teroristického útoku.

Letos proběhl již 52. ročník Mezinárodního filmového festivalu Karlovy Vary, který se konal od 30. 6. do 8. 7. 2017. Toho loňského se zúčastnilo 13 224 akreditovaných návštěvníků - z toho 11 177 s festival passy, 415 filmových tvůrců, 1064 filmových profesionálů a 588 novinářů. V průběhu festivalu se uskutečnilo 507 filmových představení, které navštívilo 135 105 diváků. Bylo prodáno celkem 138 341 vstupenek. Uvedeno bylo celkem 200 filmů, z toho 166 hraných a 34 dokumentárních a soutěžilo se v mnoha kategoriích, například cena pro východní filmy či se udělovala cena za mimořádný umělecký přínos světové kinematografii.

- Filmové premiéry a ceremonie při udělení filmových cen

Filmoví fanoušci mají rovněž příležitost zúčastnit se ceremoniálů, během kterých jejich oblíbení herci, filmy, režiséři a kameramani či scenáristi získávají ocenění za své filmové nebo televizní pokyny či výkony. Návštěvníci mají možnost sledovat událost buď přímo v hale, nebo na velkoplošných obrazovkách před halou. Jedna z nejslavnějších a nejprestižnějších ceremonií je Academy Awards neboli Oscar, který se obvykle uděluje v Hollywoodu. K známějším českým cenám patří Cena českého lva nebo Cena českých filmových kritiků. (Kotíková; 2013)

- Návštěva lokality zobrazené ve filmu
 - skutečné prostředí, kde probíhalo natáčení - Šifra mistra Leonarda nebo z hlediska České republiky Jak vytrhnout velrybě stoličku
 - lokalita, která nebyla ve snímku pojmenována nebo byla označena za jinou lokalitu – Pán prstenů – Středozem vs. Nový Zéland, Zlatovláska točená na zámku Červená Lhota
- Příklady navštěvovaných lokalit v ČR v rámci filmového cestovního ruchu
 - Hoštice, okres Strakonice

Obec Hoštice proslavil režisér Zdeněk Troška, když zde před více než třiceti lety natočil první díl trilogie Slunce, seno, jahody. Lidé dnes tuto vesnici navštěvují. Mnoho lidí chce navštívit dům rodiny Škopkovi rodina, dům s jelenem nebo hoštický kravín. Pro turisty je zde k vidění postel pro maminku Škopkovou a mnoho dalších rekvizit z filmu. Vstupné do areálu JZD je 25 Kč. Hospoda, kostel i hřbitov jsou také přístupné, stejně tak jako hospoda, kde se postavy scházeli.

6. Dark tourism

Pojem dark tourism neboli temný cestovní ruch nebo temná turistika poprvé použili v roce 1996 britští vědci John Lennon a Malcolm Foley ve své publikaci *Dark Tourism*. V odborné literatuře se s tímto pojmem nelze setkat dlouho, tento fenomén moderní doby je poměrně neprozkoumaná záležitost, a proto je i samotné hledání zdrojů poměrně obtížné. Tito autoři popisují temnou turistiku jako "prezentaci a spotřebu (návštěvníky) skutečné smrti a památek katastrof". Později tento přístup změnili jako "náznak postmodernismu". Podle nich dochází v dnešní době k situaci, kdy se u mnoha atraktivit hranice mezi tím, co představují a komercializací, kterou využívá jako produkt cestovního ruchu, stále více stírá. Podle autorů tedy není pravděpodobné, že by se Dark tourism objevoval v historii cestovního ruchu.

V odborné literatuře se lze setkat i s pojmem *grief tourism* (grief = zármutek), *morbid tourism* BLOOM, (2000) či *black tourism* se objevuje ještě o něco později, v roce 2002, a to v souvislosti s rostoucí návštěvností anglického městečka Soham v hrabství Cambridge, kde byly brutálně zavražděny dvě malé dívky. Dalším synonymem je *thanatourism* (z řec. *thanatos* = personifikace smrti). Již v roce 1993 použil sociolog a kulturolog Chris Rojek pojem „black spots“ v souvislosti s možností využití míst spojených s násilím a smrtí slavných osobností nebo se smrtí většího počtu osob v cestovním ruchu.

Black spots jsou podle Rojeka místa "spojená s náhlou smrtí, která přitahují velký počet osob nebo místa uměle spojená se smrtí. Rojek na rozdíl od Lenonna a Foleyho tvrdí, že s určitou formou dark turismu se lze setkat již ve starověku, kdy lidé chtěli navštívit arénu s gladiátorskými zápasy, či ve středověku, kde poutníci cestovali na místa ostatků a relikvií po mučednících. Velmi populární byly v minulosti i veřejné popravy, kde se srocovalo velké množství lidí a které byly častým zdrojem zábavy, stejně jako pranýřování.

Vnímání temného cestovního ruchu a jeho atraktivit je v dnešní době sporné. Některé destinace se mohou snažit zlepšit svou marketingovou strategii a zvýšit návštěvnost tím, že se představí jako "temné turistické destinace" a turisté se sami rozhodnou, jestli jim to připadá věrohodné a zda dané místo navštíví. Vzniká zde problém, jak zjistit, jestli turisty pro návštěvu této destinace motivovalo uspokojení potřeb spojených s dark turismem. Jako příklad lze uvést hrad Houska na Kokořínsku, ve kterém se má nacházet pekelná jáma. Hrad sám se takto prezentuje, ale je těžké uvést, pro kolik turistů je to hlavní cíl návštěvy. V České republice dosud nebyl realizován odborný výzkum zaměřený pouze na lokality spojené s dark turismem.

Jako příklad lokality spojené s filmovým i temným cestovním ruchem bych uvedla Památník Terezín, který má připomínat události, ke kterým došlo v koncentračním táboře během druhé světové války. Terezín je také cílem mnoha exkurzí či školních výletů, hlavní motivací je aspekt vzdělávání. V roce 2010 došlo k výraznému nárůstu počtu návštěvníků Památníku Lidice ve srovnání s předchozími lety, který mohl být způsoben počátkem natáčení českého filmu Lidice, kdy se zvýšil zájem o návštěvu místa. Touto možností propojení se budu více zabývat v praktické části této práce.

Podle autorů knihy Dark Tourismus jsou temní turisté definováni jako jednotlivci, kteří si ve svém volném čase cestují na místa, budovy a výstavy spojené se smrtí LENNON a MALCOLM (2000) nebo tam, kde v minulosti došlo k nějaké tragédii či neštěstí a nezáleží, zda k ní došlo v hlubší minulosti nebo nedávno. Další lokality spojené s dark turismem jsou místa spojená s bídou, utrpením, brutalitou, mučením, zabíjením a vězněním, jakož i místa spojená s ozbrojenými konflikty, proto vyhledávané destinace jsou také hřbitovy, bojiště i místa úmrtí slavných osobností. S dark turismem souvisí i zábavná centra hrůzy, například Dungeon v Londýně nebo poměrně nově otevřený Fear House v Praze. Lze sem zařadit i pobyt turistů ve věznicích nebo psychiatrických léčebnách, kde si platí za autenticitu „dozorců či lékařů.“

Mnoho lidí si rádo připomene temnější momenty nejen naší historie. Na těchto místech většina z nás pocítí nepopsatelnou atmosféru a začnete hlouběji přemýšlet o svém životě, což se na klasické prohlídce hradu nestane.

Jak již bylo řečeno v úvodu, temný cestovní ruch je produkt postmoderní doby, kdy turisty již nebaví masová turistika, v podobě pláže a příležitostného sportu a hledají nové destinace a autentické zážitky. Ke zvýšení zájmu o tento typ turismu zajisté přispěly média a filmový průmysl. Jako příklad lze uvést Schindlerův seznam od Stevena Spielberga, který probírá téma holocaustu, český film Lidice, Anthropoid, nebo méně známý World trade centre zabývající se teroristickým útok z 11. září 2001. Zahrnula bych sem i bezpočet dokumentárních filmů či pořadů.

K jednomu z prvních propojení těchto dvou typů cestovního ruchu došlo po natočení filmu Psycho od Alfreda Hitchcocka. Mnoho diváků chtělo navštívit motel Bates, ve kterém se děj tohoto hororu odehrává. Ten ovšem neexistuje, a proto studio Universal nechalo vytvořit přesnou repliku jako atrakci pro fanoušky. Nalézt ji je možné v Orlandu. Podle CSFD stavba motelu i domu proběhla speciálně pro film Psycho. Neproběhlo žádné hledání exteriérů. Dům i motel je dílem filmařů a dodnes terčem turistických výletů. Dům navrhli J. Hurley a R. Clathworthy a to podle obrazu "House By The Railroad" Edwarda Hoppera, který se právě na malování budov, nádraží i interiérů specializoval.

7. Typologie temného turismu

Typologie temného cestovního ruchu není sjednocená, a to hlavně z důvodu velkého rozvoje tohoto oboru, některá místa tudíž mohou spadat do více typů.

Typologie dle grief-tourism.com

Battlefield Tourism se zaměřuje na místa spojená s válečnými konflikty (bojiště, památníky, vojenské hřbitovy, pomníky, vojenské pevnosti a další vojenské stavby, vojenské muzea (i na volném prostranství) atd. Místa spojená s druhou světovou válkou, tj. Omaha Beach v Normandii a s ním spojené památky a muzea, Dukelský průsmyk a památník. V České republice do tohoto typu lze zařadit Slavkov (1805) z napoleonských válek, památník bitvy u Chlumu (1866) mezi rakouskou a pruskou armádou. Patří sem i návštěvy oblastí, kde v současné době probíhají ozbrojené konflikty. Například pásma Gazi, Afgánistán či boje na Ukrajině.

Cemetery Tourism (hřbitovní cestovní ruch) se spojuje s návštěvami hřbitovů. U tohoto typu je velmi obtížné určit, kdy ještě spadá do dark turismu a kdy ne. Často se jedná o návštěvu blízkých zesnulých přátel či příbuzných či může být motivací poznávání kultury či návštěva nějaké historické hrobky. O dark turismus se jedná, pokud je hlavním motivem uspokojení z přítomnosti či blízkosti mrtvých a smrti jako takové, o atmosféru hřbitova. V Česku může být příkladem cíle tohoto typu temného turismu hřbitov na Vyšehradě v Praze s hrobkou Slavín.

Disaster Tourism (katastrofický cestovní ruch) se zaměřuje na místa katastrof a nešťastných událostí, kdy je hlavním motivem účasti turistů zvědavost či potřeba být na místě neštěstí, potřeba pocítit či prožít místní atmosféru, aniž by se zapojili do pomocných či záchranných akcí. K nejvíce navštěvovaným destinacím, které lze zařadit do tohoto typu temného turismu patří povodně a hurikány (New Orleans, 2005) zemětřesení, tsunami (jihovýchodní Asie, 2004), tornáda, srážky aut nebo vlaků, hromadné nehody, místa dopadů letadel nebo teroristické útoky (Ground Zero v New Yorku, 2001). Disaster tourism má obvykle vždy jen časově omezený charakter.

Ghost Tourism (duchařský cestovní ruch) neboli paranormal tourism je typ turismu, jehož motivem účasti je potřeba zažít něco tajemného, nevysvětlitelného

nebo nadpřirozeného, popř. zažít pocit strachu. Vyhledávanými destinacemi jsou hrady, kláštery zříceniny, tvrze nebo hotely (www.hauntedhotelguide.com), k nimž se váže určitá místní pověst o jevu či přízraku, který se zde za určitých podmínek vyskytuje (bílá paní, bezhlavý rytíř, ohnivý pes, vstup do jiného světa apod.). V Praze lze tento podtyp cestovního ruchu spojovat s legendami židovské čtvrti, Starého Města (viz webové stránky Ghost Tours of Prague). Například po zfilmování povídky Stephena Kinga, pokoj 1408 došlo k rapidnímu nárůstu turistů, kteří chtěli hotel Dolphin navštívit a ve zmíněném pokoji přenocovat. Zmíněný hotel sice neexistuje, ale i tak se hotelu Roosevelt, který se nachází na 45. ulici Madison Avenue v New Yorku, zvedla návštěvnost.

Holocaust Tourism (cestovní ruch spojený s holocaustem) spojený s návštěvami koncentračních či pracovních táborů, památníků, ghetta a muzea. Jde tedy o cestovní ruch, ve které turisté navštěvují místa, která jsou známá pro „zločiny proti lidskosti“ spáchané nacisty za druhé světové války. Tento typ turismu by se dal zařadit i do kulturně či historicky-poznávacího, kdy je hlavní motivací vzdělávací aspekt.

Prison Tourism (vězeňský cestovní ruch), jehož součástí je cestování do bývalých věznic, kdy vedle vlastního zájmu o budovu věznice, interiéry vězeňských cel a představení si podmínek života ve věznici v době jejího plného fungování může být motivem i zájem o poznání architektonického slohu daného objektu. Atraktivitu jednotlivých objektů zvyšuje obvykle jméno některého bývalého vězně. Je možnost navštěvovat i aktuálně funkční nápravná zařízení. Mezi nejznámější atraktivity tohoto typu temného turismu patří londýnský Tower, Alcatraz na západním pobřeží USA, bývalá věznice na hradě Špilberg, věznice Terezín aj. Do tohoto typu lze zařadit i zájezdy do bývalých věznic, kde chtějí turisté přenocovat. Zvýšení zájmu o tento typ turismu zvýšily i filmy jako Zelená Míle, Vykoupení z věznice Shawshank či Proces.

Thanatourism (cestovní ruch spojený s násilnou smrtí) se zaměřuje na místa spojená s násilnou smrtí, ke které se chce co nejvíce přiblížit. Jako příklad lze uvést cestování na místa veřejných poprav, a to jak minulých, tak současných, místa spojená s násilnou smrtí, návštěva pohřbu známé osobnosti a celebrity. Hlavní motivací je silná potřeba turisty dostat se ke smrti co možná nejbližší. Filmů,

propagujících tento typ dark turismu, je mnoho. Uvedla bych například 3:15 zemřeš, (Amityville horror) který popisuje příběh domu, kde se událo několik brutálních vražd.

Slavery-heritage-tourism (cestovní ruch spojený s odkazem otrokářství) vznikl krátce po skončení občanské války v USA (1861-1865), kdy lidé ze severních států tehdejší Unie navštěvovali plantáže v tehdejší jižní Konfederaci, na kterých až do konce občanské války pracovali otroci. Za památky dokazující tuto činnost lze považovat pevnosti při pobřežích západní Afriky, ve kterých byli otroci drženi před tím, než byli dopraveni do dnešních USA. Na jihu Spojených států to jsou pozůstatky plantážnických stavení a ubytoven pro otroky nebo přepychová stavení otrokářů. Součástí slavery-heritage-tourismu je i tzv. "rout tourism", kdy potomci bývalých otroků cestují na místa, ze kterých pocházeli jejich předci, aby poznali své kořeny a seznámili se s kulturou, ze které pocházejí." U nás se tento typ cestovního nevyskytuje a je o něm jen velmi malé povědomí.

Jinou možnost typologie dark turismu lze nalézt ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu od Zelenky a Páskové.

Hyenistický cestovní ruch (hyena tourism). "Jedná se o typ cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni k návštěvě destinace přírodními katastrofami, jako jsou povodně, výbuchy sopek, pády lavin, požáry aj.), válkou, sledováním utrpení druhých či rabováním." Lze sem zařadit disaster tourism, částečně thanatourism a battlefield tourism.

Slumový cestovní ruch (slum tourism) od anglického slova „slum“, někdy též powerty tourism. Jedná se o typ cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni pozorováním života ve slumech.

Vojenský cestovní ruch (military tourism) je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni vyhledáváním a navštěvováním památek týkajících se historické bitev a vojenského stavitelství – prohlídka opevnění, podzemních pevností, vojenských muzeí, památníků, hřbitovů, míst bitev atd." Dali by se do něj zařadit pojmy battlefield tourism, částečně cementary tourism i holocaust tourism.

8. Motivace turistů navštěvovat místa spojená s dark turismem

Spektrum motivací lidí navštěvovat místa spjatá s temným cestovním ruchem je velmi široké. Nejnovější typologizaci motivací popsal ve své knize (Sharpley; 2009), který rozlišuje čtyři typy temné turistiky a jejich návštěvníků.

- bledý cestovní ruch – návštěvníci bez významného zájmu o smrt a návštěvy míst, která nejsou záměrně budována jako atraktivita temného cestovního ruchu
- šedá poptávka po temném cestovním ruchu – návštěva míst záměrně nebudovaných jako atraktivita temného cestovního ruchu, ale dochází zde k fascinaci účastníků smrtí
- šedá nabídka cestovního ruchu – místa, na kterých sice došlo ke komercializaci smrti, ale hlavním motivem návštěvníků tohoto místa není zájem o smrt
- černý cestovní ruch – místa, která komercializují smrt a jež navštěvují převážně lidé fascinovaní smrtí

Mezi hlavní motivační faktory dle Navrátila a Píchy (2012) lze zařadit fascinaci smrtí a snahu přiblížit se jí co nejvíce, poučení, zábavu i pietu. Většina lidí navštěvujících tato místa by se ovšem sama neúčastnila například právě probíhající popravy či by nenavštívila místo právě probíhající katastrofy. Motivace návštěvníků se odlišuje především s typem návštěvy místa spojeného s temným cestovním ruchem. Zatímco v místech masových vražd, poprav či katastrof převládá snaha o pietu a poučení, v případě návštěvy hřbitovů či míst úmrtí známých osobností či velkých bitev se už může vložit prvek zábavy, většinou spojený s ostatními. U jiných atraktivit jako jsou muzea válek a zbraní či výstavy spojené s temným cestovním ruchem pak můžeme hovořit o samotném prvku zábavy jakožto o motivaci.

Velkou motivací je i zájem o historii, v mnoha případech je návštěva místa spojeného s temným cestovním ruchem součástí organizovaného zájezdu či je místo navštíveno na doporučení. Lidé tato místa navštěvují kvůli jejich psychickému účinku či je hlavním motivem jejich fascinace smrtí, zájem o vědu nebo skutečná

zájem o tragické příběhy a životní osudy. Svou roli může hrát i prostá zvědavost či snaha pocítit vzrušení spojené s blízkostí smrti.

Tato místa navštěvují i tzv. lovci duchů ve snaze objevit něco, co ještě objeveno nebylo nebo dokázat přítomnost něčeho nadpřirozeného.

Mnoho základních a středních škol pořádá organizované návštěvy míst spjatých s temným cestovním ruchem, na Gymnáziu Františka Xavera Šaldy v Liberci studenti každoročně navštěvují koncentrační tábor Auschwitz I. II. a Birkenau s historickým výkladem od průvodce. Hlavním cílem této návštěvy je rozšíření poznatků o nejznámějším koncentračním táboře. Během rozhovoru s jednou z účastnic autorka zjistila, že místo splnilo očekávání studentky gymnázia a zanechalo v ní hluboký dojem. Mezi další navštívená místa patří například hrobka českého rodu Dietrichsteinů v Mikulově.

Co se týče statistických údajů, vzhledem k nepřiliš velkému povědomí o temném cestovním ruchu tato místa navštěvují převážně mladší lidé obou pohlaví.

Zajímavým faktorem je i náboženské vyznání. Většina lidí se zájmem o temný cestovní ruch jsou ateisté.

9. CK zabývající se dark turismem a filmovým cestovním ruchem

Jak bylo uvedeno a vysvětleno výše, temná turistika je velice kontroverzní téma a proto s ním musí být podle toho nakládáno. Žádná cestovní kancelář by podle mého názoru neměla úspěch nebo alespoň ne dlouhodobý, kdy by nabízela jako hlavní turistickou atrakci smrt a využívala ji jako lákadlo. Člověk je přirozeně zvědavý a snaha nechat se šokovat se začíná projevovat u stále více jedinců.

V České republice není cestovní kancelář, která by se zabývala přímo dark turismem, nicméně mnoho CK nabízí zájezd do destinací dark turismu, převážně do Osvětimi.

Firo Tour, CK Victoria, CK Geops, CK Mundo, CK Palmera, CK Bohemian Tour–Osvětim (Polsko)

CK2 – Osvětim, Terezín, Lidice, Muzeum a pracovní tábor Vojna – školní exkurze

Velmi oblíbenou destinací je Černobyl a Pripjať. Zájezdy na toto místo nabízí mnoho zahraničních i tuzemských organizací. Například Chernobylwel, což je světová organizace nabízející tyto zájezdy, jenž má svou pobočku i na Slovensku, se svou širokou nabídkou různých turistických balíčků. Jedno a více denní zájezdy s ubytováním a stravou zahrnují návštěvu samotné černobylské elektrárny, základní školy a školky, známého ruského kola. Vstup do budov ve městě Pripjať je od roku 2012 zakázán. V ČR existuje obdobná organizace DoČernobylu.cz, kde je mimo jiné možnost i soukromé exkurze. Obě tyto organizace jsou členem Chernobyl Tour Operator Association (CHTOA), je neziskové profesní sdružení zastupující průmysl černobylských tour operátorů. Její členové jsou tvořeni společnostmi, jejichž turné v Černobylu mají pro černobylské zážitky pro turisty na celém světě hlubší význam. Členové se také dohodli a uložili do své politiky všechny zásady, které zaručují, že turisté opustí výhradní zónu v Černobylu spokojeně, informovaně, vzdělaně a dojemně.

Světové CK zabývající se dark tourismem

Mcgee' s ghost tours of Prague – nabízí procházky Prahou zaměřená na místa spojená s dark turismem. Například Staré město, výlety do podzemí, návštěva Pražského hradu či ústavu pro mentálně choré. Ceny se pohybují od 14 do 38 euro za prohlídku. Je možnost domluvy soukromé prohlídky. Cestovní agentura se sídlem v Praze má stránky na sociálních sítích pro snazší možnost komunikace s potenciálními turisty, včetně fotografií, videí, příspěvků od turistů či hodnocení jednotlivých prohlídek

Světové CK zabývající se filmovým cestovním ruchem

Nový Zéland těží z filmové série Pána prstenů, který se zde natáčel. Mnoho místních organizací nabízí cestu po natáčecích lokalitách. Například hobbitontours nabízí výběr z mnoha různých balíčků zahrnujících jiné destinace či jiné filmové části. Cena pro dospělého začíná na 80 USD. Je zde možnost ubytování, stravy, vše je tematicky zařazeno k Pánovi prstenů.

Stejně tak Velká Británie nabízí nespočet zájezdů do kulis HP (80 USD) - jednodenní

Tuzemské CK zabývající se filmovým cestovním ruchem

V současnosti má Česká republika 8 filmových regionálních kanceláří spravovaných kraji, regiony či destinačními managementy, úspěchy slaví kanceláře v Ostravě, v Jeseníkách, které proslavil film Alois Nebel, ale filmově úspěšné jsou například i jižní Morava či východní Čechy. Úkolem kanceláří je přilákat pozornost filmařů znalostí zajímavých lokalit, historie i danými možnostmi regionu.

Co se týče filmového cestovního ruchu, nabídka je o mnoho širší. Například CK Inex nabízí poznávací zájezd do Velké Británie, kde turisté mohou navštívit mnoho lokalit z natáčení Harryho Pottera.

10. Nejnavštěvovanější místa dark turismu v ČR a ve světě

Vzhledem k tomu, že se dark turismus stává jedním z fenoménů v současném cestovním ruchu, zvyšuje se i počet turisty vyhledávaných míst, jako jsou koncentrační tábory, bitevní pole, místa postižená katastrofou, atd. Podle autorů (Biran Poria Oren; 2011) je mnoho atraktivit dark turismu zapsáno na Seznamu světového dědictví UNESCO.

10.1 Nejnavštěvovanější světové lokality dle Darktourism.com

National 9/11 Memorial and Museum „Ground Zero“ se nachází v New Yorku. Je to označení pro místo, kde před 11. 9. 2001 stálo Světové obchodní centrum (WTC). Pod troskami zemřelo několik tisíc lidí a v dnešní době zde stojí muzeum a památník v Freedom Tower obětem. Bezprostředně po atentátu a během roku 2002 toto místo navštívilo přes 3 miliony lidí, v dnešní době se jedná o nejnavštěvovanější lokalitu dark turismu vůbec. Ročně ji navštíví asi 4,5 milionu turistů.

Černobylská elektrárna a město Pripjat' na Ukrajině láká každoročně mnoho turistů svou pověstí města duchů, které stále stojí tak, jak bylo před 30ti lety po Černobylské havárii opuštěno. Okolí města je pořád silně zamořené, proto se nedoporučuje jezdit návštěva na vlastní pěst. Nicméně existuje mnoho organizací, které pořádají exkurze právě sem.

Kambodžská vražedná pole jsou místa, kde bylo za vlády Rudých Khmérů v letech 1975 – 1979 zabito velké množství lidí a pohřbeno v obrovských masových hrobech. V Kambodži bylo za občanské války zabito více jak 1,7 miliónu lidí a to z celkového počtu 7 milionu obyvatel. Rudí Khmérové byla ultralevicová strana, která vyznávala vládu teroru. Hlavní představitel Rudých Khmérů Pol Pot je někdy přirovnáván k Adolfu Hitlerovi. V průběhu vlády byla vyvražďována především inteligentní část národa. Byly uzavřeny hranice, zrušeny peníze potlačována rodina jako taková. Byla zavedena pracovní docházka 12 – 16 hodin denně. Došlo k vysídlení měst a lidé byli vystěhováni do vesnických gulagů. Seběmenší prohřešky

vůči Pol Potovi byly trestány smrtí. Před usmrčením, ke kterému docházelo tak, že odsouzeného ubili dřevěnou tyčí, byli vězněni a mučeni ve věznicích. Jednou z nejznámějších, která se zároveň stala v současné době jako muzeum připomínkou nelidského řádění Rudých Khmérů je věznice S-21 Tuol Sleng v Phnom Penhu hlavním městě Kambodži.

Kigali, hlavní město Rwandy bylo centrem Rwandské genocidy v dubnu 1994, při které bylo vyvražděno přes milion Tutsijů. Nyní se zde nachází památník Gisozi Genocide Memorial Centre a Camp Kigali Belgian memorial. Ve Rwandě se nachází mnohem více památníků připomínajících genocidu. Nejvíce navštěvovaný z hlediska dark turismu je Murambi genocide memorial, kde se nacházejí napůl rozložená, mumifikovaná těla.

Semipalatinský jaderný polygon je bývalá oblast zkoušek jaderných bomb u měst Semej v Kazachstánu. Tato vojenská oblast je první a největší svého druhu na území bývalého Sovětského svazu. Byla zde odpálena první sovětská atomová bomba, RDS-1 a to 29. srpna 1949 zde Dnes se již tato oblast k jaderným zkouškám nevyužívá.

Koncentrační tábor Auschwitz, u nás známý jako Osvětim, v Polsku (přes 1,5 mil) je neznámější komplex koncentračních a vyhlazovacích táborů na světě. Byl vybrán jako místo, kde mělo dojít ke konečnému řešení židovské otázky. Podle velitele tábora, Rudolfa Hosse, zde mělo zemřít více než 3 milionů lidí, takové číslo se ale nikdy nepotvrdilo. Od roku 1947 se zde nachází památník obětem a muzeum, které ročně navštíví přes 1, 5 milionů turistů.

Pearl Harbor na Havajských ostrovech (Pearl Harbor) se stal známý tím, že zde 7. 12. 1941 zaútočilo japonské letectvo na americkou vojenskou základnu Pearl Harbor, což vedlo k vstupu USA do druhé světové války. Při bitvě zemřelo přes 2300 lidí a dalších, více než 1000 bylo zraněných. Útokem bylo také zničeno vojenské letiště a většina letadel na něm. Na místě nehody, nad potopenou lodí Arizona, kde zahynul největší počet lidí je v současné době památník, kde jsou uvedena jména těch, kteří japonský útok nepřežili.

Les Aokigahara neboli Les sebevrahů se nachází v Japonsku. Od roku zde došlo k sebevraždám tisíců lidí, kteří nejčastěji volili smrt oběšením. Japonské úřady

potvrzují, že v lese dochází v průměru minimálně ke třem sebevraždám měsíčně, ale během roku 2002 bylo objeveno více než 80 těl pohřešovaných osob. Můžete zde objevit zbytky provazů se smyčkami, opasky, pod kmeny stromů můžete najít boty, čepice i hračky nebo fotografie či můžete narazit na tělo oběšence. Japonská vláda ve snaze apelovat na jednotlivce, kteří se tu odhodlali spáchat sebevraždu, nechala okraj lesa osázet tabulemi s nápisy: Život je vzácný, Prosím, rozmyslete si to, Myslete na svou rodinu a podobně. Po natočení filmu Les sebevrahů se na toto místo začali ve větším počtu sjíždět turisté ve snaze objevit mrtvé tělo či hledat nadpřirozené zážitky.

Dům, ve kterém se ukrývala rodina Anny Frankové v Amsterdamu, je v dnešní době muzeem, které je věnováno právě jí. Dům na ulici Prinsengracht 263 ročně navštíví přes 1 mil turistů.

Hirošimský památník míru zvaný také Atomový dóm či Genbaku Dome je zbytek budovy stojící ve městě Hirošima, Japonsko. Od roku 1996 je zapsán na Seznamu světového dědictví UNESCO. Po dopadu atomové bomby v roce 1945 byl tento dům nejbližší, který zůstal stát a to 160 m od centra výbuchu.

Hrad Bran v Rumunsku, také známý jako Drákulův hrad. Jeho popularita je spojena s nechvalně proslulým hrabětem Drákulou, hlavní postavou stejnojmenného románu Brama Stokera z 19. století.

Mezi další navštěvované destinace patří Berlín, Berlínská zeď, Checkpoint Charlie museum v Berlíně, Mauzoleum Kim-Čong-Ila Arlingtonský hřbitov ve Washingtonu, vrak Titanicu, válečné muzeum ve Vietnamu, pařížské katakomby či Věznice Alcatraz v San Franciscu, kterou ročně navštíví přes 1,5 milionu turistů.

10.2 Nejnavštěvovanější tuzemské lokality

Mezi nejčastěji navštěvovaná místa v České republice spojená s temným cestovním ruchem patří ta, spojená s událostmi 2. světové války. Těchto lokalit se na našem území nachází poměrně dost. Mezi další v České republice patří kostnice, významná bojiště, kulturně-historické a přírodní památky, kde došlo k úmrtí či k jiné tragické události. V České republice se zatím dark turismus nedostal do širšího povědomí obyvatel, lokalit pro jeho realizaci je zde však víc než dost.

Památníky Lidice a Ležáky se nacházejí na místech bývalých vesnic vyhlazených nacisty během druhé světové války. Hlavním důvod byla odvetná akce za atentát na říšského protektora Reinharda Heydricha. Lidice byly vypáleny 10. června 1942. Všichni muži byli zastřeleni, ženy byly převezeny do koncentračních táborů a většina dětí byla zavražděna. Děti s vhodným árijským vzhledem byly předány na převýchovu a samotná vesnice byla zničena. 24. června 1942 postihlo totéž i východočeské Ležáky. Dnes zde existují památníky a muzea, které každoročně navštěvuje 40 až 60 tisíc turistů.

Bojiště v Hradci Králové připomíná jednu z nejznámějších bitev Prusko-rakouské války, ke které došlo 3. července 1866 mezi pruskou a rakouskou armádou. Bitvu připomíná mnoho míst. Na vyvýšenině Chlum lze najít více než 400 pomníků a pohřebišť či památníků.

Rudá věž smrti, která je součástí bývalého závodu Škoda Ostrov, byla určena k drcení a třídění uranové rudy z Jáchymovských dolů. Všichni zde museli pracovat bez ochranného vybavení, takže se dostali do přímého kontaktu s radioaktivním materiálem a vdechovali radioaktivní prach, který vítr zanesl i do obydlených částí závodu. Každý, kdo zde pracoval prakticky, jen čekal na smrt a byli sem posílání především nepohodlní političtí vězni. Věž byla součástí tzv. **Jáchymovského pekla**, kde se dnes nachází naučná stezka, která návštěvníkům přiblíží podmínky, ve kterých museli za komunismu žít a pracovat vězni.

Kostnice Sedlec je spojena s morovou epidemií v roce 1318, kdy zde bylo pohřbeno třicet tisíc zemřelých a dalších deset tisíc mrtvých zde bylo pohřbeno během desítek husitských válek. Na konci 15. století byl hřbitov zrušen a exhumované kosti uloženy mimo a uvnitř podzemní kapli. V roce 1870 vytvořil

František Rint lustr složený z dlouhých lidských kostí a další kostěné dekorace. Toto místo navštěvuje mnoho turistů, ročně více než 200 000, protože jeho návštěvu lze spojit s Kutnou horou, chrámem sv. Barbory a dalšími.

Muzeum tortury vzniklo, aby představilo expozici útrpného práva. Jsou zde vystaveny mučicí nástroje a pomůcky, které se používali ve středověku k mučení domnělých provinilců. V podzemí staré radnice najdeme více než 100 exponátů a 10 voskových postav, na kterých jsou demonstrovány praktiky mučení. Velmi zajímavé jsou dvě audiovizuální expozice – upalování čarodějnic a popravení mečem. Většina místností je samozřejmě věnována mučicím nástrojům, najdeme zde mechanického býka, do kterého se zavírali odsouzení, skřípec, železnou pannu s hroty, španělskou botu nebo stroj na ořezávání nehtů. Vstupné je 100 Kč. Tato muzea se v České republice nacházejí už dvě. Větší v Českém Krumlově a menší v Praze.

Slavkovské bojiště má připomínat jednu z nejvýznamnějších bitev 19. století. K té došlo v údolích východně od Brna 2. prosince 1805. V tzv. Bitvě tří císařů bojoval Napoleon Bonaparte proti spojené rusko-rakouské armádě a zvítězil. Pro Francii se tato bitva stala symbolem triumfu, a tak se v Paříži nachází pařížský most a blízké nábřeží s názvem tohoto moravského města. Další připomínkou je také sloup na náměstí Place Vendôme, který byl odlit z děl nalezených v polích bitvy. Nejvýznamnějšími místy bojiště vás provede naučná stezka, na Prackém kopci lze navštívit secesní památník Mohyla míru, kde je i kaple s oltářem z bílého mramoru. Přilehlá budova muzea nabízí ke zhlédnutí zbraně, uniformy, obrazy, řády a vyznamenání, plány bitev a mnoho dalšího. Ve Slavkově je také Historické muzeum. Každoročně se zde konají vzpomínkové slavnosti s vojenským programem a rekonstrukcí části bitvy.

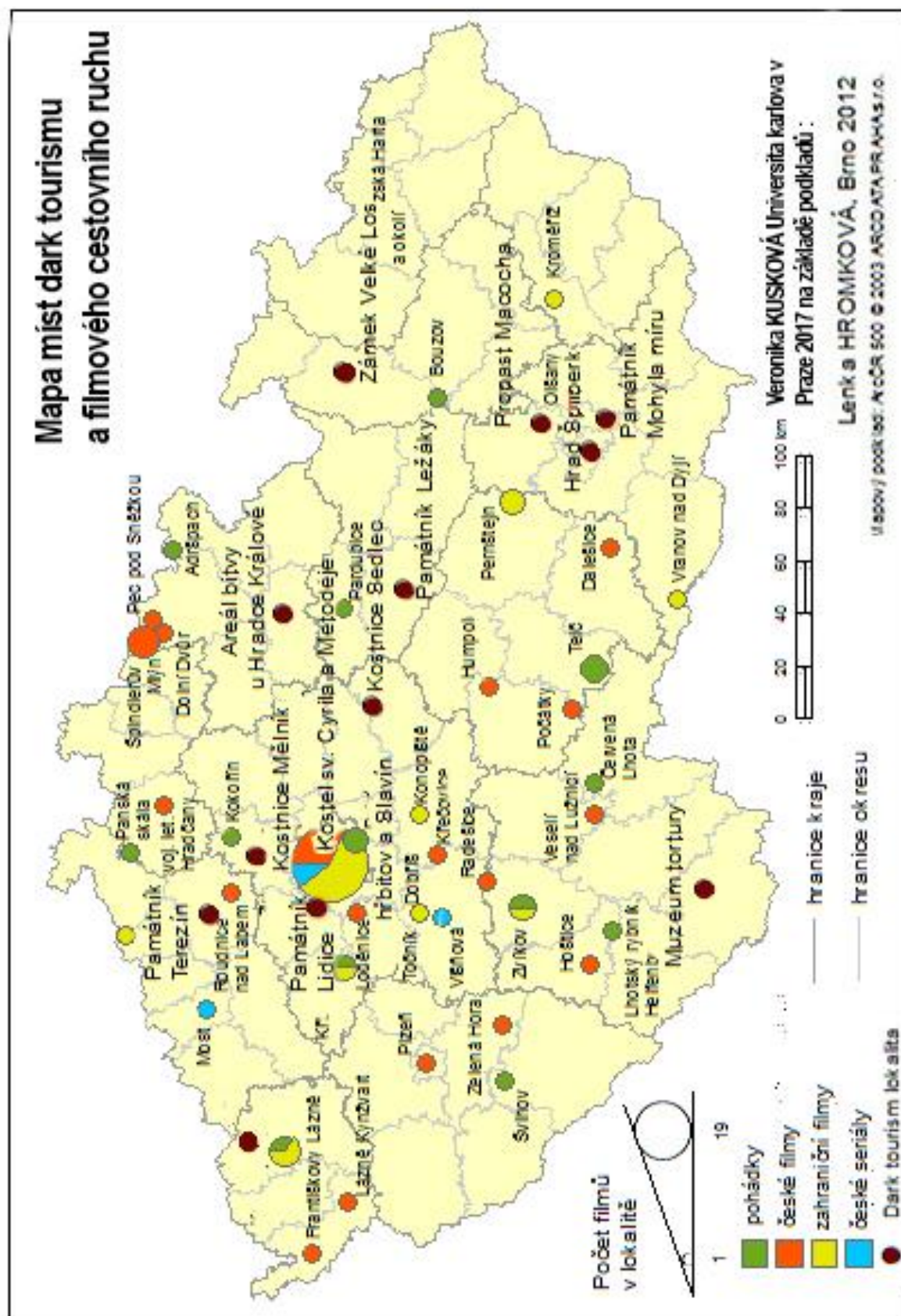
Zámek Velké Losiny je známý čarodějnickými procesy. Na konci 17. století zde působil inkvizitor Jindřich Boblig ze Šumperka, který zde během čarodějnických procesů odsoudil a nechal upálit 56 lidí.

Kostnice u sv. Jakuba v Brně je druhou největší kostnicí v Evropě. Nachází se u kostela sv. Jakuba. Počet pohřbených se odhaduje na více než 50 tisíc. Na jednu prohlídku se vejde maximálně 20 turistů. Město si nechalo pro prohloubení zážitku z prohlídky dokonce složit autorskou hudbu. Z antropologických průzkumů a

rozborů lze vyčíst, že jsou zde pochovány oběti středověkých morových a choleroých ran, válečných událostí z doby třicetileté války a švédského obléhání.

Býčí skála je místem pravěkých rituálních vražd. V letech 1871-1873 tady odkryl dr. Jindřich Wankel tzv. Halštatský pohřeb spojený s lidskými oběťmi. Šlo o pohřeb jakési vznešené osobnosti v 5. století př. n. l., jehož musely jako v zemi Skytů, následovat do říše mrtvých i jeho ženy, čeled' a koně. Nalezli se zde ostatky 40ti mladých dívek a sloužících, kteří zde byly pohřbeni spolu s ním. Byly jim usekány ruce či hlavy, zatímco muže obřadně spálili. V rozlehlém jeskynním systému je údajně slyšet zpěv, výkřiky i volání a objevují se světla tam, kde momentálně nikdo není.

K dalším destinacím patří **Kostel sv. Cyrila a Metoděje**, kterému se budu podrobněji věnovat v praktické části této práce, **Propast Macocha**, Kostel sv. Petra a Pavla v Mělníku, Hrad Špilberk v Brně, Muzeum koncentračního tábora podzemní letecké továrny Rabštejn, Podzemí broumovského kláštera, Vyšehradský hřbitov a Slavín.



Obr. č. 1. Mapa míst dark turismu a filmového cestovního ruchu. Zdroj: AUTOR na základě podkladů HROMKOVÁ (2012)

11. Marketingová situační analýza

Pro zkoumání jednotlivých složek a vlastností vnějšího prostředí (makroprostředí a mikroprostředí), ve kterém firma podniká, případně které na ni nějakým způsobem působí, ovlivňuje její činnost, a pro zkoumání vnitřního prostředí firmy, jako je například kvalita managementu a zaměstnanců, strategie firmy, finanční situace, vybavenost, historie, umístění, organizační kultura, image, její schopnosti výrobky tvořit, vyvíjet a inovovat, produkovat je, prodávat, financovat programy se využívá situační analýza. JAKUBÍKOVÁ; (2005)

ZELENKA; (2015) také uvádí řadu těchto prvků, v jeho interpretaci však některé přímo spadají do takzvané situační analýzy podniku. Součástí situační analýzy je identifikace a analýza cílových segmentů a trhu obecně, analýza konkurence, analýza makroprostředí a mikroprostředí, prognózy, SWOT analýzy a analýzy portfolia a prodejů, jak uvádí autor. Ty jsou při budování podnikových marketingových strategií a tvorbě strategického marketingového plánu klíčové.

Podle JAKUBÍKOVÉ (2005) je smyslem provádění situační analýzy nalezení správného poměru mezi příležitostmi, jež přicházejí v úvahu ve vnějším prostředí a jsou výhodné pro firmu, a mezi schopnostmi a zdroji firmy. (Jakubíková; 2005)

Obsah situační analýzy také bývá skryt pod označením **5C**

- **company** – podnik
- **collaborators** – spolupracující firmy a osoby
- **customers** – zákazníci
- **competitors** – konkurenti
- **climate/context** – makroekonomické faktory (analýza PEST)

Analýza prostředí firmy může být provedena metodou **4C**

- **customer** – zákazník
- **country** – národní specifika
- **cost** – náklady
- **competitors** – konkurence

V době dnešních trhů a podnikání by měla být situační analýza provedena pomocí 7C

- **country** – národní specifika
- **climate/context** – makroekonomické faktory
- **company** – podnik – spolupracující firmy a osoby
- **customers** – zákazníci
- **competitors** – konkurenti
- **cost** – náklady

Význam strategické situační analýzy roste se zvyšující se neurčitostí, resp. nestabilitou a složitostí prostředí. Musí proto poskytovat všechny podstatné, relevantní informace ovlivňující fungování podniku. Důkladně provedená strategická analýza je předpokladem kvality celého strategického procesu. Budou-li totiž její závěry povrchní, nepřesné či jinak zkreslené, budou přijatá strategická opatření orientována jiným směrem, než by bylo žádoucí.

11.1 Marketingový mix „4P“

Autor BORDEN; (1942) ve své publikaci poprvé používá pojmu marketingový mix “4P “. Autor dále uvádí, že se jedná o soubor marketingových nástrojů, které firma využívá k tomu, aby dosáhla marketingových cílů na cílovém trhu.

- **Product** – výrobní politika
- **Price** – cenová politika
- **Place** – distribuční politika
- **Promotion** – marketingová komunikace

Faktem je, že neexistuje jediná sjednocená zaručeně správná kombinace marketingového mixu, která by všem přinesla úspěch, toto tvrzení opět vyplývá z podstaty konkurence na trhu a množství proměnných a faktorů ovlivňujících jeho chod a směřování.

11.2 Marketingový mix pro cestovní ruch „8p+ICT“

Na základě osmi specifických rysů služeb v turismu odvozuje MORRISON; (1995) pět důsledků pro marketingový mix služeb, což je rozšířením

marketingového mixu ze „4p“ na „8p.“ Marketing je tvořen několika prvky, které jsou vzájemně propojeny, a marketingový mix je jeho nezbytnou součástí. Základním a původním konceptem však zůstává metoda 4P.

Různí autoři doplňují tento základní mix o další proměnné P, počet P se tedy různí a zatím nedošlo k jejich jasné shodě.

MORRISON; (1995) považuje za nejvýznamnější těchto následujících **8P**

- **Product** – Produkt
- **Price** – Cena
- **Place** – Způsob distribuce
- **Promotion** – komunikace, reklama
- **People** – Lidé
- **Packaging** – Balíčky služeb
- **Programming** – Tvorba programů
- **Partnership** – Spolupráce, partnerství, koordinace

Podle ZELENKY (2008) klasickou koncepci marketingového mixu je, vzhledem ke specifikům současného marketingu cestovního ruchu, nutné rozšířit na koncepci 8P + ICT. O obdobném rozšíření vzhledem k vlivu ICT na marketing lze uvažovat nejen v cestovním ruchu. Podle autora pro podnikatele v cestovním ruchu je však ICT novým marketingovým nástrojem a současně i výzvou pro využití všech jeho možností k vlastní prosperitě.

Většina autorů publikací o marketingu používá členění podle P. Kotlera a G. Armstronga na vnější a vnitřní prostředí. Jednotlivé složky marketingového prostředí jsou propojeny, a to na roviny, vrstvy i faktory.

KOTLER a ARMSTRONG (2001) upozorňují na to, že je třeba, aby firmy při analýze prostředí dokázaly odlišit módní výkyvy od trendů a megatrendů.

Matice SWOT

SWOT analýza se řadí mezi nejznámější části tvorby situační analýzy podniku používané v různých oborech. Pod jednotlivými písmeny se skrývají anglická slova

Strengths, Weaknesses, Opportunities a Threats, tedy silné a slabé stránky podniku, příležitosti trhu a hrozby.

HORÁKOVÁ (2003) uvádí, že silné a slabé stránky popisují vnitřní situaci podniku a případná analýza pomůže identifikovat faktory důležité pro budoucí úspěchy. Přesně určené silné stránky lze poté podle autorky plně využít pro úspěch firmy na trhu. Dále autorka uvádí, že slabé stránky lze naopak odstranit pro dosažení vyššího zisku a efektivity výroby. SWOT analýza poskytuje podklady pro formulaci směrů a aktivit, podnikových strategií a strategických cílů.

- Silné stránky – nejlepšími silnými stránkami jsou dle HORÁKOVÉ (2003) takové, které znamenají konkurenční výhodu a lze je jen těžce okopírovat, a kde je předpoklad, že budou po dlouhou dobu přinášet zisk.
- Slabé stránky – HORÁKOVÁ (2003) uvádí, že pro slabé stránky je specifická dlouhá doba potřebná pro vývoj a výzkum. Autorka dále uvádí, že mezi nejčastější patří konzervativní přístup k inovačnímu procesu, nekvalitní produkty, absence motivace v systému odměňování, omezené výrobní kapacity nebo nízký prodejní obrát.

HORÁKOVÁ (2003) také uvádí, že analýza dále definuje příležitosti a ohrožení. Autorka popisuje příležitosti jako další možnosti podniku, s jejichž realizací stoupají vyhlídky na lepší využití disponibilních zdrojů a účinnější splnění vytyčených cílů.

- Příležitosti – podle HORÁKOVÉ (2003) jsou to například tyto případy: neexistence domácí nebo zahraniční konkurence nebo snadný vstup na nové trhy
- Hrozby – HORÁKOVÁ (2003) uvádí tyto příklady: volný příchod konkurence, silné postavení klíčových konkurentů a zákazníků

II. Praktická část

12. Pravoslavný chrám svatého Cyrila a Metoděje

12.1 Operace Anthropoid

Operace Anthropoid byl krycí název pro parašutistický výsadek vyslaný během druhé světové války z Velké Británie na území Protektorátu Čechy a Morava. Tvořili ho vojáci československé exilové armády Jozef Gabčík a Jan Kubiš. Byl organizován zvláštní skupinou „D“ zpravodajského odboru exilového Ministerstva národní obrany a řazen byl do první vlny výsadek. Jednalo se o diverzní operaci, která proběhla mezi prosincem 1941 a červnem 1942. Jejím hlavním cílem bylo uskutečnit atentát na zastupujícího říšského protektora a šéfa RSHA Reinharda Heydricha, k čemuž došlo 27. května 1942. Heydrich na následky atentátu 4. června 1942 zemřel. Účastníci operace zaplatili za svůj čin životem, když spolu s dalšími výsadekáři podlehl 18. června 1942 v boji s přesilou nacistických vojáků v kostele sv. Cyrila a Metoděje.

12.2 Filmový snímek Anthropoid

Film Anthropoid je založen na mimořádném příběhu, ke kterému došlo za druhé světové války a snaží se vypovědět příběh události zaměřené na vraždu oberpuppenführera SS Reinharda Heydricha. Heydrich, po Hitlerovi a Himmlerovi, byl třetím nejdůležitějším mužem Třetí říše, hlavním návrhářem konečného řešení židovské otázky a vůdcem nacistických okupačních sil v Československu. Vražděná a brutální vláda tohoto člověka, přezdívaného "pražský řezník", přinutila spojenecké síly v Londýně naplánovat tajnou misi s kódovým označením Operace Anthropoid, která se zapsala do historie českých dějin. Film sleduje osud dvou vojáků českého zahraničního odboje, Josefa Gabčíka (Cillian Murphyho) a Jana Kubiše (Jamie Dornan), kteří v prosinci 1941 přistáli v okupované Československé republice. Jsou vybaveni omezeným množstvím informací a minimální výstrojí a musí přijít na to, jak zavraždit Heydricha, muže, kterého mnozí vnímali jako Hitlerova přirozený nástupce a nástupce. (Falcon CSFD)

12.3 Pravoslavný chrám svatého Cyrila a Metoděje (Praha)

Chrám svatého Cyrila a Metoděje je dnes pravoslavným katedrálním kostelem České pravoslavné eparchie. Vznikl ve 30. letech 18. století jako barokní římskokatolický kostel sv. Karla Boromejského. Za druhé světové války byl dějištěm posledního odporu českých parašutistů, atentátníků na Reinharda Heydricha. Chrám je situován na rohu ulic Resslovy a Na Zderaze na Novém Městě pražském. Pro potřeby filmu byla vytvořena přesná kopie chrámu.

12.4 8P+ict

Product – Produkt

Chrám slouží především k interpretaci historie heydrichiády a jako podání svědectví o úctě i obdivu k hrdinství vojáků a účastníků nekomunistického odboje a připomenutí dobrovolné i nedobrovolné oběti za svobodu Československé republiky v době německé okupace. Součástí českého pravoslavného kostela sv. Cyrila a Metoděje krypta pod kostelem – která slouží jako pietní místo smrti sedmi parašutistů, kteří se před 75 lety podíleli na likvidaci jednoho z nejmocnějších mužů nacistické říše. Nachází se zde sedm bust jednotlivých parašutistů. Součástí je i přednášková síň s promítáním a ve vstupní hale si můžete prohlédnout expozici s popisem operace Antropoid. Dozvíte se, proč byl atentát naplánován, kdo se ho zúčastnil, jak se bojovalo v kryptě kostela a co následovalo.

Vlastníkem památníku je hlavní město Praha, o činnost se stará duchovní správa chrámu, expozice instaluje Vojenský historický ústav, pod jehož vlastnictví samotná krypta nedávno přešla.

V chrámu se v blízké době počítá s větší rekonstrukcí, bude se instalovat moderní audiovizuální technika, zobrazující příběh sedmi parašutistů, kteří se na operaci podíleli. Budou využity i scény z nového britského velko filmu Anthropoid. (Knížek)

Price – Cena

Podle Diákona Alexandra Lukaniče, správce objektu je vstupné momentálně zdarma, nicméně na internetových stránkách památníku je uveden ceník. Po konverzaci se správcem bylo zjištěno, že do chrámu je vstup zdarma, ale při návštěvě památníku se vybírá následující vstupné:

Standardní 75 Kč

Studentské skupiny 50 Kč (s programem)

Snížené 35 Kč (studenti, důchodci, žáci I. stupně)

Rodinné 150 Kč (2 dospělí a 3 děti)

Place - Způsob distribuce

<http://www.praguecityline.cz/> - na těchto stránkách lze nalézt informace o pražských památkách včetně těch souvisejících s filmovým cestovním ruchem a dark turismem. Jsou zde k dispozici ke stažení turistické průvodce Prahou či je zde možnost objednat tištěné turistické průvodce. Zároveň slouží jako online kalendář akcí konajících se v Praze, včetně výstav a dalších kulturních vyžití.

Otevírací doba:

březen - říjen

úterý - neděle 9:00 - 17:00

listopad - únor

úterý - sobota 9:00 - 17:00

Dopravní spojení:

metro B stanice "Karlovo náměstí"

tramvaj 3,4,6,7,10,14,16,18,22,24 zastávka "Karlovo náměstí"

tramvaj 17,21 zastávka "Jiráskovo náměstí"

Promotion – Marketingová komunikace, reklama

Webové sociální sítě – facebook – mapa, informace, fotogalerie, hodnocení návštěvníků, emailové a telefonní spojení, odkaz na oficiální webové stránky církve, mnoho webových stránek odkazujících k tomuto chrámu

<http://www.pamatnik-heydrichiady.cz/defaultcbed.html?lang=CZ>

People – Lidé

Chrám s památníkem patří k nejnavštěvovanějším historickým objektům v Česku. Jen loni ho navštívilo přes 50 000 platících turistů.

Packaging – Balíčky služeb

Nebylo zjištěno, že by návštěva chrámu byla součástí některé balíčku nabízeného cestovními kancelářemi.

Programming – Tvorba programů

Od roku 1945 se v Resslově ulici 18. června v 10.00 hod., pravidelně konají vzpomínkové akce na boj sedmi československých parašutistů, z nichž Jan Kubiš a Jozef Gabčík (skupina Antropiod) ve spolupráci s dalšími spáchali atentát na Reinharda Heydricha. Viz partnerships

10.0 – zahájení ceremoniálu v Resslově ulici, kladení věnců k pamětní desce na zdi českého pravoslavného kostela sv. Cyrila a Metoděje za zvuků vojenských smutečních pochodů.

10.30 – panychida za parašutisty a jejich spolupracovníky v chrámu, celebruje děkan katedrálního chrámu sv. Cyrila a Metoděje, zpívá pravoslavný pěvecký sbor katedrály a oficiální hosté pokládají zapálené svíčky v chrámu a odcházejí do krypty

11.00 – vzpomínkový akt u náhrobních desek parašutistů v kryptě chrámu sv. Cyrila a Metoděje a položení kytice, proslov zástupce válečných veteránů a rozloučení oficiálních hostů z domova i ze zahraničí

11.30 - 13. 00 – vstup do památníku volný, (zdarma) jehož součástí je pokládání květin občanů k pamětní desce nebo v kryptě i v chrámu.

Partnerships – spolupráce

Organizace spolupracující s chrámem jsou ministerstvo obrany České republiky a Posádkové velitelství Praha, duchovní správa pravoslavného kostela a vedení NP hrdinů heydrichiády, dále Český svaz bojovníků za svobodu, Československá obec legionářů, pozůstalí našich hrdinů a veteráni II. světové války.

ict

Mezi Informační a komunikační technologie chrámu patří webové stránky, sociální sítě – facebook, twitter, multimédia, fotografie, videa z akcí, uvedení kontaktů. Samotný památník a organizace, která ho zaštiťuje vlastní kancelář se základním počítačovým vybavením, serverem + propojení s řadou rts a rims a s celostátním informačním systémem.

12.5 SWOT analýza

S – strength - silné stránky

- světoznámost
- známé téma – 2. světová válka
- lokalizace v hlavním městě
- divácky dobře hodnocený snímek
- propojení s náboženským turismem (budova chrámu)
- multiplikační efekt při natáčení
- vstup zdarma
- katarze

W – weaknesses - slabé stránky

- objekt není přístupný neustále
- relativně nový film – nedostal se ještě ke všem potenciálním návštěvníkům
- je omezená kapacita
- není součástí turistických balíčků
- divácká segmentace
- ekologická stopa
- neaktuálnost údajů na internetu

O – opportunities – příležitosti

- zvyšování přístupnosti Prahy
- každoroční výročí konce války
- spojení s dalšími kulturními událostmi
- propojení se sociálními sítěmi
- blízkost jiných destinací spojených s dark turismem
- možnost propojení s programem cestovních kanceláří

T – threats – hrozba

- dopravní rekonstrukce v hlavní sezóně
- možnost teroristického útoku
- vandalismus
- politická situace
- není ve vlastnictví státu

13. Památník Terezín

Památník Terezín je dnes známý díky úloze, kterou sehrál během druhé světové války, kdy místo sloužilo jako internační tábor Židů a současně se stalo přestupním místem na cestě do vyhlazovacích táborů. Tábor vznikl v roce 1940, kdy byla v Malé pevnosti založena věznice a říjnu 1941 židovské ghetto. Prameny uvádějí, že zde bylo během 6ti let uvězněno na 160 000 lidí, z nichž zemřelo nejméně 40 000. Každoročně je toto místo navštíveno více než 200 000 turisty.

Památník je využíván pro potřeby filmu velmi často. Natáčí se zde filmy z válečného období, dokumentární filmy, a to jak české, tak zahraniční, jejichž fanoušci tak místo navštěvují v rámci filmového cestovního ruchu i dark turismu.

Z těch známějších bych uvedla:

Lidice (2011)

Příběh o Lidicích je příběhem vesnici, jejíž obyvatelé měli prostě „smůlu.“ Scenárista Zdeněk Mahler film pojal méně tradičním způsobem a život na vesnici přibližuje skrz mezilidské vztahy. Snažil se ukázat, jak zdánlivě drobné věci mohou změnit historii a způsobit tragédii. Nacisté hledají jakoukoliv záminku pro pomstu na druhého muže třetí říše Reinharda Heydricha a stačí jim k tomu jeden milostný dopis. Nacisté popravili všechny lidické muže, ženy a děti byly přemístěny do koncentračního tábora. Vhodné děti byly přeškoleny. Celková bilance - 192 popravených mužů, 58 žen zemřelo v koncentračních táborech a 88 dětí bylo posláno na plyn. 600 let od založení obce Lidice byla vesnice vymazána z mapy a srovnána se zemí. Film je tedy natočený podle skutečné události.

Na západní frontě klid (1979)

Americká filmová adaptace knihy E. M. Remarqua je zřejmě nejznámějším filmem, který se v Terezíně natáčel. Jedná se o příběh mladých Němců, kteří ihned po ukončení školy nechají naverbovat do armády a bojovat v 1. světové válce. Film se snaží poukázat na nesmyslnost samotné války.

Poslední cyklista (2015)

Dvoudílný televizní film Jiřího Svobody popisuje příběh Kláry, kterou jako malou adoptují židovští rodiče, což je samozřejmě během 2. světové války problém. Rodiče se snaží dceru zachránit a to se jim také nakonec podaří, ovšem za cenu obětování vlastního života.

Osvobození Prahy (1975)

Dvoudílný film Otakara Vávry popisuje události z května 1945, kdy se německá vojska chystala z Československa místo potlačení odporu proti vítězícím spojencům. Film byl natočen v roce 1976 jako poslední díl volné trilogie - "Dny zrady" - "Sokolovo" - "Osvobození Prahy". Vzhledem k době, kdy byly tyto filmy natočeny, jsou fakta hodně upravena, některé skutečnosti potlačené. Zajímavé jsou ale historické rekvizity a triky které režisér použil při realizaci. Film je dvoudílný, ale uváděn byl vcelku.

Daleká cesta (1949)

První film Alfréda Radoka (1914 - 1976) promítá obrazy z terezínského ghetta a pohybuje se na hranici hraného a dokumentárního filmu. V době komunistického režimu byla nejprve nakrátko odsunuta do venkovských kin a posléze zcela vyřazena z distribuce.

V roce 2015 zde probíhalo natáčení Česko-čínského filmu Poslední vízum, který ještě není dotočen.

13.1 8p + ict

Product – produkt

Památník Terezín původně vznikl jako Památník národního utrpení roku 1947 z iniciativy vlády znovu obnoveného Československa.

V České republice je jedinou institucí svého druhu. Jeho cílem je schraňovat památku holokaustu v letech 1940 až 1945. Klade si za cíl rozvíjet muzejní, výzkumnou a vzdělávací činnost, jakož i starost o místa spojená se smrtí desetitisíců obětí nacistického režimu.

Součástí památníku je Malá pevnost jako historická část Terezína, Národní hřbitov, Muzeum ghetta, Židovský hřbitov s krematoriem a Ruský hřbitov, Pietní místo u Ohře, Kolumbárium s částí opevnění, obřadní místnosti a márnice, Bývalá Magdeburská kasárna

Je možná rezervace prohlídek, prodej upomínkových předmětů, možnost nahlédnout archiv. Také se zde pořádají vzdělávací semináře, v kinosálech Malé pevnosti a Muzea ghetta se promítají dokumentární filmy, jejichž přehled lze najít na webových stránkách památníku.

Profesionální filmování a pořizování videozáznamů k jiným účelům než pro osobní potřebu je možné pouze na základě zvláštního povolení vedení Památníku Terezín, které je nutno sjednat předem písemnou formou. Podmínky jsou k nahlédnutí na webových stránkách.

Mimo Památníku si zde můžete s původcem prohlédnout také systém opevnění s podzemními chodbami, které dosahovaly celkové délky 29 km.

Price – cena

Kombinované vstupné – Malá pevnost, Muzeum ghetta, Magdeburská kasárna

Dospělý 215,- Kč

Student, dítě (6-18 let), důchodce 165,- Kč

Rodinné vstupné (max. 2 dospělí + 3 děti) 425,- Kč

Jednoduché vstupné Malá pevnost, Muzeum ghetta, Magdeburské kasárny

Dospělý 175,- Kč

Student, dítě (6-18 let), důchodce 145,- Kč

Průvodcovský výklad v češtině, angličtině, němčině, francouzštině, ruštině a italštině:

skupiny (min. 10 osob) – předchozí rezervace nutná! v ceně vstupného

Vstupné zdarma: držitelé průkazů ZTP a ZTP-P, děti do 5 let, učitelé a řidiči autobusů doprovázející skupinu studentů či žáků (max. 1 učitel na 10 žáků), bývalí vězni KT a jiných perzekučních zařízení z 2. sv. války, členové AMG, ICOM apod. po předložení příslušného průkazu a od novinářů

Place - Způsob distribuce

Otevírací doba – malá pevnost

Zimní čas – 1.11. – 31.3.: denně 8:00 – 16:30

Letní čas – 1.4. – 31.10.: denně 8:00 – 18:00

Muzeum ghetta a Magdeburská kasárna:

Zimní čas – 1.11. – 31.3.: denně 9:00 – 17:30

Letní čas – 1.4. – 31.10.: denně 9:00 – 18:00

Krematorium:

v sobotu zavřeno

Zimní čas – 1.11. – 31.3.: 10:00 – 16:00

Letní čas – 1.4. – 31.10.: 10:00 – 18:00

Kolumbárium, obřadní místnosti a ústřední márnice:

Zimní čas – 1.11. – 31.3.: denně 9:00 – 17:00

Letní čas – 1.4. – 31.10.: denně 9:00 – 18:00

Modlitebna z doby terezínského ghetta a replika mansardy:

Zimní čas – 1.11. – 31.3.: denně 9:00 – 17:30

Letní čas – 1.4. – 31.10.: denně 9:00 – 18:00

Promotion – Marketingová komunikace, reklama

Marketingová komunikace památníku je na velmi dobré úrovni. Každý rok vychází sborník Terezínské listy ve 3 jazycích – angličtina, němčina a čeština, který je možné objednat v e-shopu. Památník má podrobně zpracované webové stránky informující o všech událostech konajících se v areálu památníku, výstavy, publikace, tiskové zprávy. Lze zde nalézt i informace o tom, co píší média, seznam expozic s podrobným popisem každé z nich, fotogalerie, kontakty – emaily, bankovní spojení, telefonní kontakty, mapu s popisem cesty, možnost návštěvnické recenze, e-shop s možností koupě publikací i možnost objednávky prohlídky online

People – Lidé

Velmi obsáhle a podrobně a přehledně zpracované výroční zprávy už od roku 2001, kdy byla návštěvnost 27 371 návštěvníků, zatímco v roce 2016 to bylo 33 465 turistů. Tento počet se nijak výrazně během let nemění.

Packaging – balíčky služeb

Návštěvu Terezína zprostředkovává několik cestovních kanceláří, většinou jako součást zájezdu do koncentračních táborů. Například CK2, která zprostředkovává hlavně exkurze pro školy.

Programming - Tvorba programů

Na webových stránkách Památníku Terezín je neustále aktualizovaný seznam událostí konajících se zde. Nejbližší akcí je 17. 9. 2017 – TRYZNA KEVER AVOT - Vzpomínková akce k uctění židovských obětí nacistické genocidy v českých zemích.

Také je zde seznam právě probíhajících výstav. Například **Václav Špale** – tíže či výstava k výtvarné soutěži vzdělávacího odd. PT

Partnership – spolupráce

Památník spolupracuje s mnoha organizace, jejichž seznam je také k dispozici na webových stránkách.

Centrum cestovního ruchu Litoměřice, Centrum vizuální historie Malach, Český svaz bojovníků za svobodu, ČRON – Česká rada pro oběti nacismu, nadační fond, Destinační agentura České středohoří, o.p.s., Institut evropského odkazu šoa (ESLI), Institut Terezínské iniciativy, KAM po Česku, z.s., Muzeum SNP v Banské Bystrici, Národní institut dětí a mládeže, NIPOS – Národní informační a poradenské středisko pro kulturu, Paměť národa, Projekt Holocaust, SOPVP – Sdružení osvobozených politických vězňů, Synagoga Turnov, The Task Force for International Cooperation on Holocaust Education, Remembrance and Research, Ústav pro studium totalitních režimů – vzdělávání, Židovská obec v Praze, Židovské muzeum v Praze, Živá paměť, o.p.s.

13.2 SWOT ANALÝZA

S – strength - silné stránky

- velmi kvalitně zpracované webové stránky památníku Terezín
- Terezínské listy – sborník památníku Terezín – vychází v angličtině, němčině a angličtině
- světoznámost místa
- vysoká míra katarze
- vysoký emoční zážitek
- kvalitně vyobrazené historické události
- konání mnoha kulturních událostí
- možnost bezplatného fotografování
- Terezín se nachází nedaleko Prahy, proto přitahuje i některé návštěvníky hlavního města

W – weaknesess - slabé stránky

- časté spory s památkáři o opravě a úpravě některých míst a budov
- nevyužité plochy
- špatná místní infrastruktura, včetně dopravní
- turisté se podívají na památník, ale do města už ne
- opotřebení budov
- návštěvnost ovlivňována počasím – mnoho expozic venku

O – oppurtunities – příležitosti

- každoroční výročí konce války
- spojení s dalšími kulturními událostmi
- propojení se sociálními sítěmi
- blízkost jiných destinací spojených s dark tourismem
- možnost propojení s programem cestovních kancelář
- propojování se školními exkurzemi

T – threats – hrozba

- vandalismus
- neúcta k místu
- nutnost rekonstrukce
- teroristický útok
- politická situace
- sezónní návštěvnost
- možnost snižování zájmu o historii

13.3 Shrnutí výsledků výzkumu

Dle uvedené literatury a na základě primárního a sekundárního výzkumu lze usuzovat, že filmový a temný cestovní ruch jsou propojené nádoby. Z hlediska filmového průmyslu se jedná především o honbu za senzacemi nebo životem zpracovanými náměty či přímo již vytvořenými scénáři. Na straně druhé, se jedná o motivaci cestujících, kteří se nechají inspirovat hlubokým zážitkem při sledování natolik, že se rozhodnou návštěvu destinace realizovat. Podle zjištěných informací lze však usuzovat, že některé destinace těchto motivačních faktorů zneužívají, nebo jednoduše nedokáží dosáhnout očekávaného zážitku.

Výsledkem zkoumání je dále poukázání na možnosti rozvoje destinace, která byla ovlivněna filmovým cestovním ruchem. Pro tento rozvoj a následný budoucí výzkum je k dispozici analýza 8p + ict nebo SWOT analýza.

13.3.1 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření je pouze pilotní. To tedy znamená, že nebylo v silách autorky oslovit dostatečný vzorek dotazovaných pro přesné měření. Toto pilotní dotazníkové šetření však má poukázat na případné peripetie takového měření.

Pilotní dotazníkové šetření poukazuje na to, že u 6 z 10 návštěvníku splnila destinace očekávání vzešlé ze zhlédnutí filmu. Toto není nijak pozitivní zpráva a je to signál pro intervenci do produktu CR. Všeobecně z šetření vyplývá, že se realita od podstaty filmového zpracování velice liší, ale ne vždy to má fatální dopad na poskytování služeb. Zásadní otázkou bylo, jestli byla pro návštěvníka jako hlavní

motivace pro návštěvu lokality zhlédnutí filmu s ní spojenou. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že pro 8 z 10 ano, a to je velice pozitivní zpráva pro místní správu destinačního managementu, který by díky tomuto zjištění mohl orientovat svoje snažení. Zároveň to poukazuje na to, že filmový průmysl může mít blahodárné dopady na cestovní ruch obecně a s tím spojené potřebné finance na vedlejší investice, například na snižování environmentální zátěže, rekonstrukce pamětihodných budov nebo edukace.

Celé dotazníkové šetření je k nahlédnutí v příloze Graf č. 1. odpovědi na otázku 1, Tabulka č. 1. odpovědi na otázku 1 až Graf č. 10. odpovědi na otázku 10, Tabulka č. 10. odpovědi na otázku 10.

14. Závěry a doporučení

Cílem této bakalářské práce bylo podrobněji prozkoumat možnosti propojení filmového cestovního ruchu a dark turismu. Dalším z cílů bylo zjistit, do jaké míry mají lidé povědomí o těchto dvou specifických formách cestovního ruchu.

Cíle jsem chtěla dosáhnout pomocí obsahové analýzy dokumentů produktu CR (Pravoslavný chrám sv. Cyrila a Metoděje, koncentrační tábor Terezín), obsahové analýzy prezentace dokumentů, komparativní analýzy a porovnání se světovými trendy. Následně došlo k návštěvě obou zmíněných destinací. Dále bylo provedeno dotazníkové šetření s návštěvníky destinace. Byl proveden kvalitativní výzkum, a to formou přímého pozorování, a komunikace s managementem.

Při vypracovávání jsem se setkávala nejčastěji s tematikou 2. světové války a jejími oběťmi. Pro většinu lidí je v dnešní době těžké představit si, čím si v té době museli procházet. Ovšem celý fenomén dark turismu je spojen s něčím, co si většina lidí nedokáže a ani nemůže představit. S utrpením, vraždami, mučením, násilím, atd. A právě to je podle mě důvodem návštěv destinací s tímto spojených. Snaha o přiblížení se pocitu smrti, mnoho z turistů si po návštěvě těchto míst váží o něco více vlastního života.

Co se týče filmové stránky této práce, přijde mi, že teprve po masovějším natáčení hororových filmů se dostalo do povědomí mnoho atraktivit dark turismu. Například americký stát Georgia v poslední době zaznamenává příval turistů z důvodu natáčení hororového seriálu „Walking dead. (Živí mrtví)“ Jako další bych uvedla Horor v Amittyville (3:15 zemřeš), o rodině DeFeaových, jejichž domu, kde se měly odehrávat nadpřirozené jevy, musela být několikrát změněna adresa, kvůli zvědavým turistům. Stejně tak dům Perronových, který se objevil v americkém hororu „Conjuring (V zajetí démonů).“ Jinou z destinací je dům Lizzie Borden (Lizzie Borden took an ax - 2014, The legend of Lizzie Borden – 1975) nacházející se v Massachusetts, kde došlo k dvojnásobné vraždě otce a nevlastní matky či dům sériového vraha Jeffreyho Dahmera (My friend Dahmer – 2017, Dahmer – 2002) v Clevelandu, který je dokonce k pronajmutí za 10 000 USD na měsíc.

V průběhu práce došlo ke zjištění, že i přesto, že pojmy „dark turismus“ a „filmový cestovní ruch,“ jsou relativně nové, existují lidé, kteří o nich povědomí mají, nicméně je nenapadlo uvažovat o jejich propojení a většina turistů destinaci navštíví jen za účelem jednoho či druhého.

Možnosti propojení filmu a tragické události tedy existují, nejen v hororových filmech, ale ve většině filmů založených na skutečné události, ovšem popularita samotného propojení není u turistů příliš známá, ale v budoucnosti, s rozšiřováním povědomí o temném cestovním ruchu jako takovém se určitě najde produkt, který by tyto dvě formy propojil způsobem, jenž by turistům připravil nové, nevšední zážitky.

Zdroje

ASHWORTH, G. J. GOODALL, B. Marketing tourism places. New York: Routledge, 1990. ISBN 0415038103

BEETON, S. 2005. Film-induced tourism. Clevedon, Buffalo: Chanel View Publications, 2005. 270 s. ISBN 9781845410162.

BIRAN, A., PORIA Y., OREN G. 2011. Sought experiences at (dark) heritage sites. Annals of Tourism Research 38 (3), s. 820-841. ISSN 0160-7383

BORDEN, Neil H. The economic effects of advertising. Chicago: R. D. Irwin, 1942.

ČERTÍK, M., FIŠEROVÁ, V. Volný čas, životní styl a cestovní ruch. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2009. ISBN 978-80-86578-93-4

ČURDA, D., HOLUB, K. Stručné dějiny oborů potravinářství a hotelnictví. Vyd. 1. Praha: Scienta, 2004. s. 33. ISBN 80-7183-292-8

HOLUB, K. Vybrané kapitoly z dějin Gastronomie a hotelnictví. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. s. 224. ISBN 80-86578-16

HORÁKOVÁ, H. Strategický marketing. 2., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2003. Expert (Grada). s. 68 – 69. ISBN 8024704471

HUDSON, S., RITCHIE, J. R. B. Promoting destination via film tourism: An empirical identification of supporting marketing initiatives. Journal of Travel Research, 2006. 44, 387-396.

HUDSON, S., RITCHIE, J.R.B. Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin, Journal of Vacation Marketing, 2006. 12(3), s. 256-268

JAKUBÍKOVÁ, D. Strategický marketing: strategie a trendy. 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8

KIRALOVÁ, A. Marketing destinace cestovního ruchu. 1.vyd. Praha : Ekopress, 2003. s. 173. ISBN 80-86119-56-4

KOCH, P.-F. Pokusy na lidech: smrtelné experimenty německých lékařů. Vsetín: Trango, 1997. s. 8 – 22, s. 118 – 119. ISBN 80-86053-20-2

KOCH, E.R., WECH, M. Krycí název Artyčok: tajné pokusy CIA na lidech. Přeložil Olga JEŘÁBKOVÁ. Praha: Euromedia Group - Ikar, 2003. s. 8 – 17, s. 102 – 106, s. 148 – 152, ISBN 80-249-0280

KOTÍKOVÁ, H. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu, Praha: Grada Publishing, 2013, s. 133 – 135, s. 141-142, s. 247 – 251, s. 978 – 982. ISBN 978-80-247-4603-6

KOTLER, P., ARMSTRONG G. Marketing. Praha: Grada, 2004. ISBN 8024705133

LENNON, J., FOLEY, M. Dark Tourism. Continuum, 2002, s. 1 – 10, s. 40 – 71, s. 104 – 110, ISBN 978-0-826545-064-7

MORAVEC, F. Špión, jemuž nevěřili. Praha : Rozmluvy, 1990. s. 288 ISBN 0-946352-42-9

MORRISON, Alastair M. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1995. ISBN 80-85605-90-2

MOWATT, R. A., CHANCELLOR C. H.. 2011. "Visiting death and life: Dark tourism and salve castles." Annals of Tourism Research 38(4): s. 1410-1434. ISSN 0160-7383

NAVRÁTIL, J a PÍCHA, K. Motivace k účasti na aktivitách temného cestovního ruchu. Czech Journal of Tourism, 2012, roč. 1, č. 2, s. 156 – 167

ORIEŠKA, J. Technika služeb cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 1999. ISBN 80-85970-27-9

PÁSKOVÁ, M. 2009. Udržitelnost rozvoje cestovního ruchu. 2 vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 2009. s. 298. ISBN 9788074350061.

RAABOVÁ, T. Uplatňování trvale udržitelného rozvoje kulturně-poznávacího cestovního ruchu v ČR. 2007. Praha, FMV VŠE. s. 19

ROESCH, S. The experiences of film location tourists. Bristol: Channel View, 2009. Aspects of tourism. ISBN 978-1-84541-120-6

ROJEK, Ch. Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel. London, Palgrave Macmillan, 1993, s. 265

RYGLOVÁ M. Cestovní ruch. Ostrava: Key Publishing, 2007. ISBN 978-80-87071-44

SHARPLEY, R Tourism development and the environment: beyond sustainability?. Sterling, VA: Earthscan, 2009. Tourism, environment and development. ISBN 9781844077335.

STONE, P. R. 2005. "Consuming dark tourism: A Thanatological Perspective." Journal of Environmental Management 3(5). s. 413-419

VYSTOUPIL, J. a kol. Atlas cestovního ruchu České republiky. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006. 157 s. ISBN 80-239725-6-1

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011. 315 s. ISBN 978-80-738034-0-7

ZELENKA, J, PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2

ZELENKA, J, PÁSKOVÁ, M. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha : Linde, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Základní pojmy a definice

Dostupné

z:

<https://www.czso.cz/documents/10180/20557193/921108m.pdf/b6571837-6a2e-4138-912c-59da6de43de4?version=1.0> [cit. 2017-22-02]

BLOM, Thomas. Morbid tourism - a postmodern market niche with an example from Althorp. Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography. Volume 54, Issue 1, 2000, s. 29-36.

Dostupné

z:

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/002919500423564?journalCode=sgeo20&#.VPsrY_mG_gw

CONNELL, J. Film tourism – Evolution, Progress and Prospects. Tourism Management [online]. Oct2012, vol. 7, issue 5 [cit. 20. ledna 2014], p. 1007 – 1029.

Dostupné

z:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517712000404>

Nejznámější destinace dark turismu

Dostupné z: <http://www.dark-tourism.com/index.php/18-main-menus/mainmenussubpages/616-list-of-top-20-dark-tourism-destinations> [cit. 2017-27-02]

Temné cestování

Dostupné z: <http://www.cestovatel.cz/clanky/dark-tourism-temne-cestovani-na-mista-katastrof-a-nestesti/> [cit. 2017-12-01]

Dostupné z: <http://aktualnik.cz/cestovani/temna-turistika-je-stale-popularnejsi/> [cit. 2017-12-01]

<http://www.ttg.cz/filmova-turistika-v-cesku-kvete/> [cit. 2017-12-01]

NIPOS - Národní informační a poradenské středisko pro kulturu: Statistika kultury České republiky

Dostupné z: <http://www.nipos-mk.cz/?cat=54> [cit. 2017-03-28]

Destinace českého temného cestovního ruchu.
<http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/10-tipu-na-temne-cestovani-v-Cesku.aspx>
[cit. 2017-03-22]

Památník Terezín

Dostupné z: <http://www.pamatnik-terezin.cz/> [cit. 2017-04-28]

Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/televize/v-terezine-se-bude-natacet-serial-o-cinskem-schindlerovi-kte/r~e95195ae86cc11e599c80025900fea04/> [cit. 2017-04-28]

Dostupné z: <http://www.pamatnik-terezin.cz/cz/pamatnik/dokumenty-ke-stazeni> [cit. 2017-04-28]

Dostupné z: <http://www.mesto-terezin.cz/expozice-pamatniku.php> [cit. 2017-04-28]

Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/pamatnik-terezin.aspx>

[cit. 2017-04-28]

Památník Lidice

Dostupné z: <http://www.lidice-memorial.cz/> [cit. 2017-04-28]

Památník Ležáky

<http://www.lezaky-memorial.cz/> [cit. 2017-04-28]

Bojiště Slavkov

<http://www.austerlitz.org/cz/>

Filmový cestovní ruch

<https://www.sumavsko.cz/filmovy-turismus> [cit. 2017-05-26]

Zahraniční filmy natočené v České republice

Dostupné z: <http://zpravy.czin.eu/zahranicni-filmy-natocene-v-ceske-republice>) [cit. 2017-05-26]

Chrám sv. Cyrila a Metoděje

Dostupné z: <http://www.pamatnik-heydrichiady.cz/defaultcbed.html?lang=CZ> [cit. 2017-04-28]

Cestovní kanceláře

Dostupné z: <http://www.mcgeesghosttours.com/> [cit. 2016-10-10]

Téma: Hollywoodské majáky se otvíraly v Praze (2011) [cit.2017-10-10].

Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/kultura/185964-filmari-se-diky-pobidkamvraceji-do-ceska-ale-penize-nestaci/>) [cit. 2017-10-04]

CESTOVNÍ KANCELÁŘ CK2. Harry Potter - filmové ateliéry v Londýně. 2016, online.] Dostupné z URL: <http://www.ck2.cz/pro-verejnost/poznavaci-zajezdy/velka-britanie/harry-potter---filmove-ateliery-vlondyne/1167.php>) [cit. 2016-10-10]

CK INVIA, AS: Disneyland & Asterix Park, Hotel Campanile 3 *, 2000-2016, online,

Dostupné z:

https://dovolena.invia.cz/?=&nl_country_id%5B%5D=108&d_start_from=25.07.2017&d_end_to=&off=0 [cit. 2016-10-10]

Geografické rozhledy

VÁGNER, J. Geografické rozhledy: časopis pro výuku a popularizaci geografie. Praha: Iris, 1991-^{^^^}. ISSN 1210-3004

Dostupné z: <http://geography.cz/geograficke-rozhledy/wp-content/uploads/2011/10/4-5.pdf> [cit. 2017-02-20]

Filmový festival v Cannes

Dostupné z: (<http://www.event-promotion.cz/aktualita/1295-proc-je-tento-rok-na-festivalu-v-cannes-mene-narvano/>), (<http://org-www.festival-cannes.com/assets/File/WEB%202015/PDF/En-chiffres-Accredites-2015-VA.pdf>), <http://org-www.festival-cannes.com/assets/File/WEB-2016/PDF/En%20chiffres-Medias-2016-VA.pdf> [cit. 2017-07-12]

Filmový festival v Karlových Varech

Dostupné z: (<http://www.kviff.com/img/history/2016/zaverecna-tiskova-zprava-51-rocnik.pdf>) [cit. 2017-07-12]

Dostupné z: (<http://www.kviff.com/cs/novinky/2239-cesky-krizacek-ziskal-kristalovy-globus-za-nejlepsi-film>) [cit. 2017-07-12]

Přílohy

Seznam příloh

Graf č. 1. odpovědi na otázku 1; zdroj: AUTOR

Graf č. 2. odpovědi na otázku 2; zdroj: AUTOR

Graf č. 3. odpovědi na otázku 3; zdroj: AUTOR

Graf č. 4. odpovědi na otázku 4; zdroj: AUTOR

Graf č. 5. odpovědi na otázku 5; zdroj: AUTOR

Graf č. 6. odpovědi na otázku 6; zdroj: AUTOR

Graf č. 7. odpovědi na otázku 7; zdroj: AUTOR

Graf č. 8. odpovědi na otázku 8; zdroj: AUTOR

Graf č. 9. odpovědi na otázku 9; zdroj: AUTOR

Graf č. 10. odpovědi na otázku 10; zdroj: AUTOR

Obr. 1. Seznam míst spojených s Dark turismem a filmovým cestovním ruchem; zdroj

Tabulka č. 1. odpovědi na otázku 1; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 2. odpovědi na otázku 2; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 3. odpovědi na otázku 3; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 4. odpovědi na otázku 4; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 5. odpovědi na otázku 5; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 6. odpovědi na otázku 6; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 7. odpovědi na otázku 7; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 8. odpovědi na otázku 8; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 9. odpovědi na otázku 9; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 10. odpovědi na otázku 10; zdroj: AUTOR

Dotazníkové šetření

Dotazník

Předmluva:

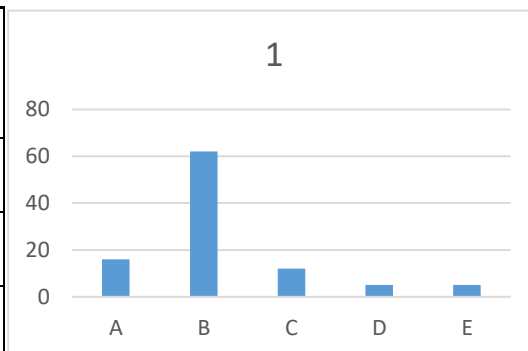
Tento dotazník slouží pro potřeby tvorby závěrečné bakalářské práce studentky biologie a geografie se zaměřením na vzdělávání na Karlově Univerzitě Veroniky Kuskové. Vyplněním tohoto dotazníku souhlasím se zveřejněním odpovědí v této práci a s prezentací výsledků. Tento dotazník je zcela anonymní a je určen pouze pro prezentaci výsledků nutných ke zpracování této bakalářské práce.

Otázka 1.

Splnila návštěva tohoto místa vaše očekávání, která jste měl/a po zhlédnutí filmu?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne

Četnost odpovědí	1. otázka
A	16
B	62
C	12
D	5
E	5



Graf č. 1. odpovědi na otázku 1; zdroj: AUTOR

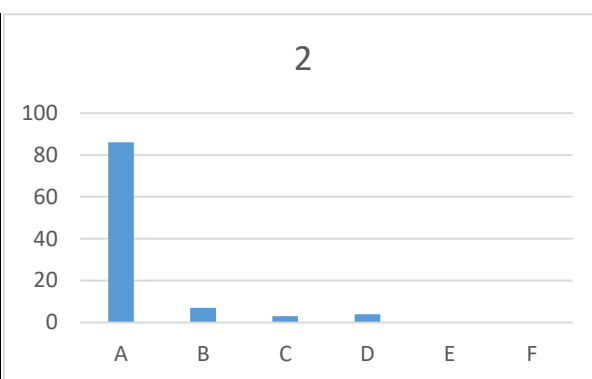
Tabulka č. 1. odpovědi na otázku 1; zdroj: AUTOR

Otázka 2.

Zaznamenal/a jste na místě něco co ve filmu nebylo ukázáno?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne

Četnost odpovědí	2. otázka
A	86
B	7
C	3
D	4
E	0



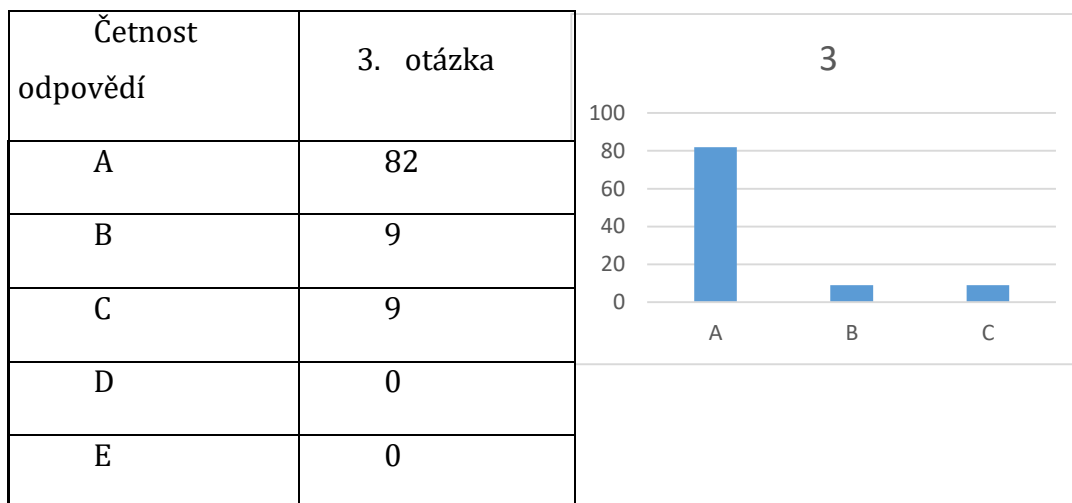
Graf č. 2. odpovědi na otázku 2; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 2. odpovědi na otázku 2; zdroj: AUTOR

Otázka 3.

Zaznamenal/a jste ve filmu něco, co jste zde nenašel/la, tedy přišlo Vám, že by se autoři snímku snažili realitu místa nějak inscenovat?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne



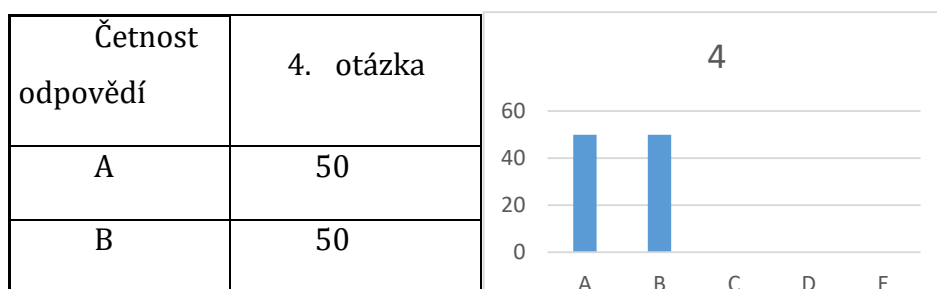
Graf č. 3. odpovědi na otázku 3; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 3. odpovědi na otázku 3; zdroj: AUTOR

Otázka 4.

Už jste tuto místo navštívili před zhlédnutím filmu?

- a) Ano
- b) Ne



Graf č. 4. odpovědi na otázku 4; zdroj: AUTOR

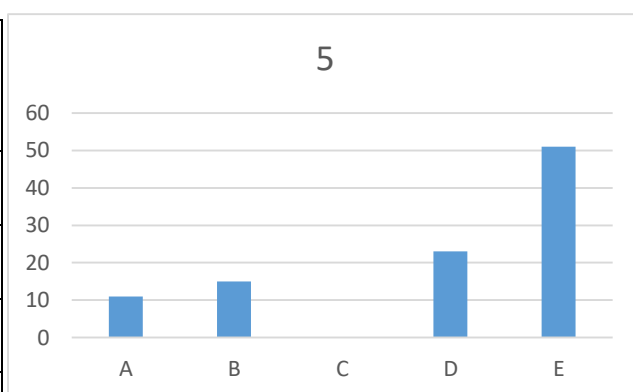
Tabulka č. 4. odpovědi na otázku 4; zdroj: AUTOR

Otázka 5.

Bylo pro Vás zhlédnutí filmu hlavní motivací pro návštěvu této lokality?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne

Četnost odpovědí	5. otázka
A	11
B	15
C	0
D	23
E	51



Graf č. 5. odpovědi na otázku 5; zdroj: AUTOR

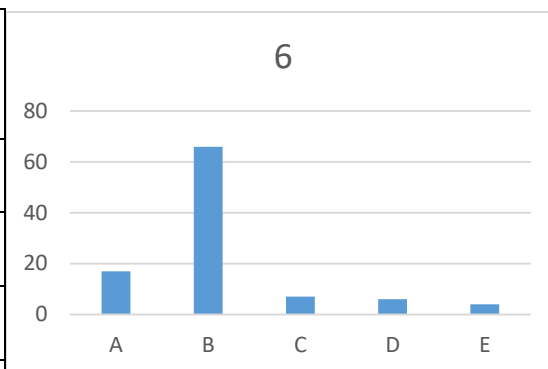
Tabulka č. 5. odpovědi na otázku 5; zdroj: AUTOR

Otázka 6.

Myslíte si, že film dokázal vyobrazit podstatu a genia loci místa?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím
- d) Spíše ne
- e) Ne

Četnost odpovědí	6. otázka
A	17
B	66
C	7
D	6
E	4



Graf č. 6. odpovědi na otázku 6; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 6. odpovědi na otázku 6; zdroj: AUTOR

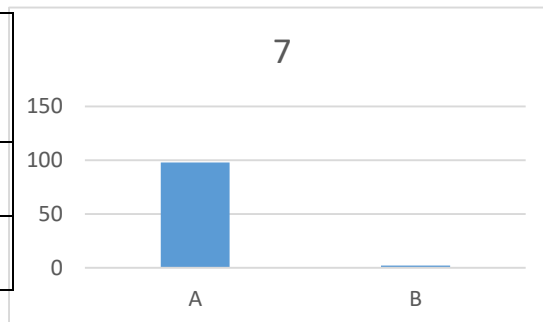
Otázka 7.

Byl pro vás dotazník srozumitelný?

a) Ano

b) Ne

Četnost odpovědí	7. otázka
A	98
B	2



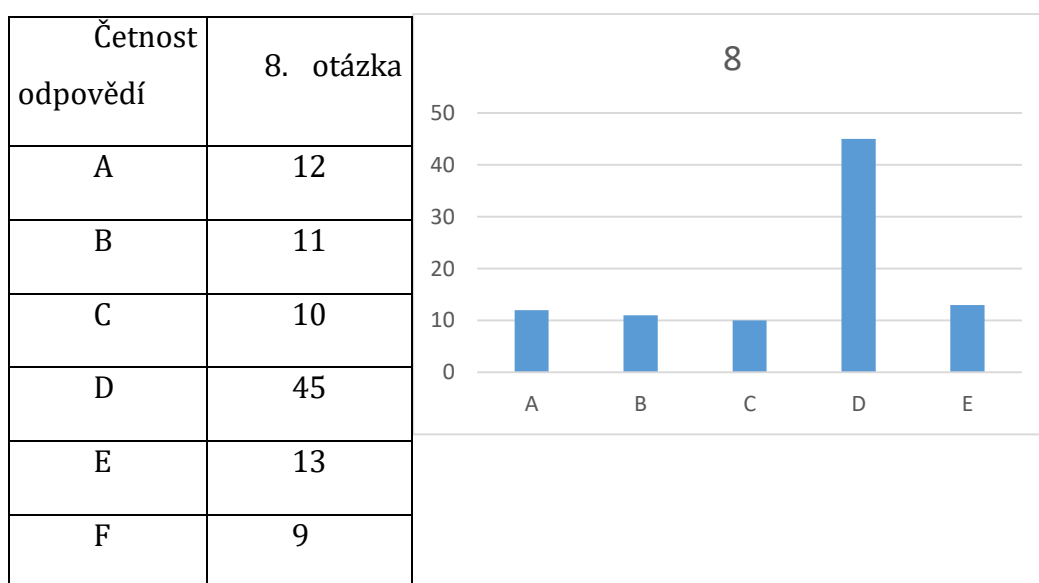
Graf č. 7. odpovědi na otázku 7; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 7. odpovědi na otázku 7; zdroj: AUTOR

Otázka 8.

Jaký je Váš věk?

- a) 11-21
- b) 21-35
- c) 35-45
- d) 45-55
- e) 55-65
- f) 65+



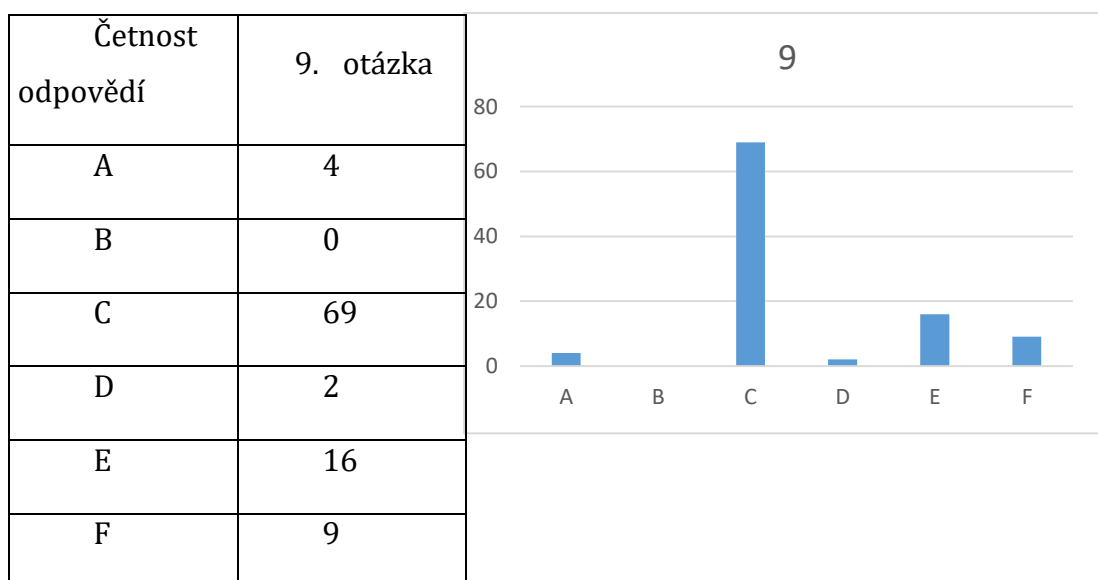
Graf č. 8. odpovědi na otázku 8; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 8. odpovědi na otázku 8; zdroj: AUTOR

Otázka 9.

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) Základní
- b) Středoškolské/vyučen bez maturity
- c) Středoškolské s maturitou
- d) Vyšší odborné
- e) Bakalářské
- f) Navazující vysokoškolské



Graf č. 9. odpovědi na otázku 9; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 9. odpovědi na otázku 9; zdroj: AUTOR

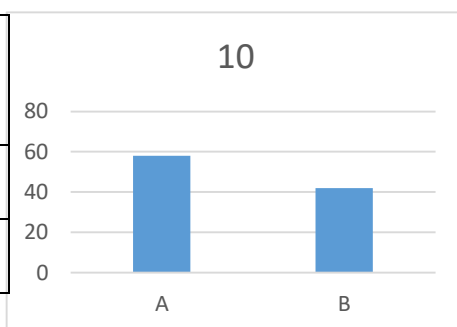
Otázka 10.

Jaké je Vaše pohlaví?

a) Muž

b) Žena

Četnost odpovědí	10.otázka
A	58
B	42



Graf č. 10. odpovědi na otázku 10; zdroj: AUTOR

Tabulka č. 10. odpovědi na otázku 10; zdroj: AUTOR